

SECCIÓN

**18.00**

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO





## 1.-ESTRUCTURA DE LA SECCIÓN Y OBJETIVOS

Corresponden a la Consejería de Turismo y Comercio las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de turismo y comercio. En particular, corresponden a la Consejería, en los términos establecidos en el Estatuto de Autonomía, las competencias en materia de:

- La ordenación y la planificación del sector turístico.
- La regulación y la clasificación de las empresas y establecimientos turísticos y la gestión de la red de establecimientos turísticos de titularidad de la Junta de Andalucía, así como la coordinación con los órganos de administración de Paradores de Turismo de España en los términos que establezca la legislación estatal.
- La promoción interior y exterior de Andalucía como destino turístico.
- La regulación de los derechos y deberes específicos de los usuarios y prestadores de servicios turísticos.
- La formación en materia de turismo.
- La regulación de las condiciones y la ejecución y el control de las líneas públicas de ayuda y promoción del turismo.
- La ordenación administrativa de la actividad comercial, incluidos las ferias y mercados interiores; la regulación de los calendarios y horarios comerciales, respetando en su ejercicio el principio constitucional de unidad de mercado y la ordenación general de la economía.
- El desarrollo de las condiciones y la especificación de los requisitos administrativos necesarios para ejercer la actividad comercial; la regulación administrativa de todas las modalidades de venta y formas de prestación de la actividad comercial.
- La clasificación y la planificación territorial de los equipamientos comerciales.
- El establecimiento y la ejecución de las normas y los estándares de calidad relacionados con la actividad comercial.
- La adopción de medidas de policía administrativa con relación a la disciplina de mercado.
- La ordenación administrativa del comercio interior, por cualquier medio, incluido el electrónico, sin perjuicio en este último caso de lo previsto en la legislación del Estado.
- El fomento, la regulación y desarrollo de la actividad artesana y de las empresas de artesanía.

La Consejería de Turismo y Comercio se estructura, por el Decreto 153/2012, de 5 de junio, para el ejercicio de sus competencias en los siguientes órganos directivos centrales:

- Viceconsejería.



- Secretaría General para el Turismo, con nivel orgánico de Viceconsejería.
- Secretaría General Técnica.
- Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.
- Dirección General de Comercio.

A continuación se describen los objetivos generales que cada área de esta Consejería se propone desarrollar con las disponibilidades presupuestarias previstas.

#### **POLÍTICA DE TURISMO:**

- Adecuar el espacio turístico andaluz a través de la creación de productos y servicios turísticos o mejora de los existentes. Fortalecer la competitividad del sector turístico en las distintas zonas de interés e implantar sistemas de información y apoyo a la gestión, que incluye medidas de gestión del plan.
- Consolidar el liderazgo nacional e internacional del destino Andalucía, aumentar el protagonismo de la marca en los principales emisores nacionales y extranjeros, dar a conocer la diversidad de la oferta turística, dinamizando las ventas del producto. y fomentar una actividad turística más rentable, más equilibrada territorialmente y mejor distribuida en el tiempo.
- Mejorar la oferta turística de Andalucía estableciendo un proceso de integración entre Planificación y Gestión, y con ello mejorar la coherencia y eficacia en la actuación conjunta.
- Desarrollar políticas turísticas que garanticen un modelo turístico sostenible desde el punto de vista social, ambiental, económico y cultural, responsable y de calidad, basado en la diferenciación del turismo andaluz.
- Consolidación del turismo como sector clave para el desarrollo futuro de Andalucía en términos de competitividad y sostenibilidad económica, ambiental y social.
- Adecuar la estructura productiva a las nuevas necesidades así como fortalecer el sector empresarial turístico y la creación de empleo, mejorando las competencias profesionales de los trabajadores del sector.
- Mejorar y diversificar la oferta turística andaluza, luchando contra la estacionalidad de la demanda turística y potenciando la calidad y la innovación en destinos, recursos y empresas turísticas.
- Desarrollar políticas y actuaciones que maximicen la eficacia de todas las actuaciones y trasladando al turista potencial nuestra gran riqueza y variedad de productos y territorios. Concentrar las estrategias de promoción en productos concretos y zonas específicas, intensificando las acciones publicitarias en el mercado nacional y en períodos de máxima influencia turística. Mejoras en los acuerdos con intermediarios turísticos, centrando los esfuerzos en la consecución de un mayor grado de especificación y selección de las empresas participantes tanto en las acciones inversas o las Bolsas de Comercialización como las Misiones Comerciales.

**POLÍTICA DE COMERCIO:**

- Desarrollar actuaciones encaminadas a la defensa del comercio andaluz, modelo que equilibra los diferentes formatos comerciales y favorece la compatibilización de la vida social, laboral y personal.
- Realizar actuaciones tendentes a mejorar la eficiencia productiva de las pymes comerciales andaluzas.
- Impulsar la territorialización de los canales de distribución, reforzando la capacidad competitiva de las pymes comerciales andaluzas y evitando la pérdida de empleo en el sector.
- Estimular la innovación y la calidad en la empresa comercial y reconocer la excelencia de las pymes comerciales andaluzas
- Propiciar una cultura empresarial con capacidad de adaptación a las exigencias del nuevo contexto socioeconómico, promoviendo la calidad, la seguridad y el diseño en el tejido empresarial andaluz.
- Apoyar actuaciones de carácter integral desarrolladas por entidades asociativas de comerciantes que propicien la integración de las potencialidades y oportunidades que ofrecen las TIC.
- Promover la Cooperación Empresarial y optimizar el valor estratégico del comercio urbano, propiciando la consolidación de los Centros Comerciales Abiertos y potenciando la consecución de sinergias entre sectores que impulsen el comercio de ciudad.
- Impulsar la consecución de sinergias entre el comercio y otros sectores, como el turismo y la artesanía, que repercutan positivamente en el empleo y la economía general.
- Adecuar la cualificación de los trabajadores y trabajadoras del sector comercial a los requerimientos de formación del sector, contribuyendo a través de sus conocimientos a la modernización de las pymes comerciales.
- Mejorar la infraestructura congresual, con el objeto de intensificar la comercialización de los productos andaluces y de crear espacios colectivos adecuados que posibiliten el encuentro entre producción y la distribución.
- Promover la calidad y la modernización de la artesanía andaluza. Apostar por el reconocimiento de la excelencia en el sector artesanal andaluz.
- Contribuir a la mejora y modernización del comercio ambulante.

**OTRAS POLÍTICAS:**

- Política de desarrollo de la sociedad de la información.
- Política de investigación, desarrollo e innovación.
- Política de solidaridad y cooperación al desarrollo.
- Política de género.



Con respecto a esta última política hay que hacer mención especial a la importancia que la política de género ha tenido en la elaboración del presente presupuesto. En el ámbito del comercio y el turismo se mantiene el esfuerzo por incentivar, en la medida de lo posible, la participación de la mujer así como de localizar aquellas acciones que puedan suponer un impacto de género en las políticas de fomento y promoción.

## 2.- ESTRUCTURA DE LOS PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

<b>PROGRAMAS</b>		<b>2014</b>	<b>%</b>
<b>75A</b>	D.S.G. de Turismo y Comercio	17.475.709	14,9
<b>75B</b>	Planificación, Ordenación y Promoción Turística	64.245.889	54,6
<b>75D</b>	Calidad, Innovación y Fomento del Turismo	19.948.947	17,0
<b>76A</b>	Ordenación y Promoción Comercial	15.933.372	13,5
<b>TOTAL</b>		<b>117.603.917</b>	<b>100</b>

  

<b>CAPÍTULOS</b>		<b>2014</b>	<b>%</b>
<b>I</b>	Gastos de Personal	29.316.728	24,9
<b>II</b>	Gastos Corrientes en Bienes y Servicios	1.312.174	1,1
<b>III</b>	Gastos Financieros	0	0,0
<b>IV</b>	Transferencias Corrientes	26.177.841	22,3
<b>Operaciones Corrientes</b>		<b>56.806.743</b>	<b>48,3</b>
<b>VI</b>	Inversiones Reales	3.915.564	3,3
<b>VII</b>	Transferencias de Capital	56.881.610	48,4
<b>Operaciones de Capital</b>		<b>60.797.174</b>	<b>51,7</b>
<b>OPERACIONES NO FINANCIERAS</b>		<b>117.603.917</b>	<b>100</b>
<b>VIII</b>	Activos Financieros	0	0,0
<b>IX</b>	Pasivos Financieros	0	0,0
<b>OPERACIONES FINANCIERAS</b>		<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL</b>		<b>117.603.917</b>	<b>100</b>

### 3.- DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

#### 7.5.A DIRECCIÓN Y SERVICIOS GENERALES DE TURISMO Y COMERCIO

La función principal de este programa es la dirección de los servicios comunes de la Consejería, coordinando la actuación de los Servicios Centrales para la consecución de una gestión eficaz y eficiente de los recursos y medios con los que cuenta la Consejería, en virtud del artículo 6 del Decreto 153/2012, de 5 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio.

Las actuaciones para el 2014 continuarán orientadas a la realización de una revisión de los procedimientos en la Consejería destinada a la consecución de una gestión más eficaz y eficiente de los recursos.

Las actuaciones desarrolladas en el Programa se pueden agrupar en:

- Tramitación de los contratos y administración de los medios de la Consejería, coordinando las cuestiones relativas a la materia de convenios. Siendo línea principal de actuación de dicho objetivo, apoyar técnicamente la gestión y control de los recursos materiales y los expedientes de contratación a tramitar. Además de ésta destacan las siguientes líneas de actuación:
  - Administración general de las dependencias donde se ubican los Servicios Centrales de la Consejería; atención de las necesidades de material de oficina, de mobiliario y gestión del parque móvil.
  - Coordinación del patrimonio adscrito a través del Subsistema de Inventario, así como la propuesta e informe de los expedientes relativos a patrimonio en los que participa la Consejería.
  - Coordinación con la Agencia Andaluza de la Energía de los contratos de suministro eléctrico en el ámbito de la Consejería.
- Apoyo legislativo a los diferentes órganos de la Consejería, consistente en prestar asistencia jurídica y tramitar y elaborar disposiciones normativas. Esta labor se desarrolla en tres líneas básicas de actuación:
  - Elaborar, tramitar y aprobar las disposiciones de carácter general y actos administrativos de la Consejería.
  - Realizar los informes jurídicos solicitados bien por los centros directivos de la Consejería o bien por centros externos a la misma.
  - Realizar las propuestas de resolución de los recursos administrativos, requerimientos previos de otras Administraciones y expedientes judiciales interpuestos contra la Consejería.



- Remisión al Boletín Oficial de la Junta de Andalucía de normas y actos administrativos emanados de los órganos administrativos de esta Consejería.
- Planificación, programación y ordenación de los recursos humanos de la Consejería. Destacando las siguientes líneas de actuación:
  - Tramitación de actos administrativos en materia de personal.
  - Gestión de nóminas, ayudas sociales, IT, etc.
  - Gestión del capítulo I del presupuesto de gastos.
  - Tramitación de permisos y vacaciones
  - Supervisión del cumplimiento de la jornada laboral.
  - Propuestas de resolución de recursos administrativos en materia de personal.
  - Gestión de expedientes de recursos contenciosos administrativos interpuestos contra la Consejería en materia de personal.
  - Diseño, propuesta y gestión de actividades formativas.
  - Gestión del registro de documentos.
- Gestión de los expedientes de gasto asociados al funcionamiento interno de la Consejería, centrándose en la tramitación de los expedientes gestionados por anticipo de caja fija, la pagaduría y la habilitación de la Consejería.
- Coordinación de la gestión presupuestaria de la Consejería, centrada en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la Consejería. Asesoramiento y seguimiento de la ejecución del Presupuesto aprobado así como sus respectivos sistemas de información, con la tramitación de las modificaciones presupuestarias necesarias. También se incluye en esta parcela la coordinación con la Empresa Pública adscrita a la Consejería y los Centros Directivos responsables de sus programas presupuestarios.

Además de ello se realizan tareas de coordinación de la aplicación de la perspectiva de género en los presupuestos así como tareas de gestión de usuarios de las aplicaciones relacionadas con la actividad económica.

- En el ámbito de la gestión presupuestaria destaca la labor de implantación y seguimiento del Plan de racionalización por parte de los Centros Directivos adscritos a esta Consejería, lo que supone:
  - El análisis y valoración de la implantación de las medidas de racionalización del gasto en la Consejería.
  - La coordinación y remisión de la información requerida por parte de la Consejería de Hacienda y Administración Pública para el cumplimiento de dicho Plan.
- Coordinación y gestión de los sistemas de información y documentación de la Consejería. En concreto dicho objetivo se desarrolla a través de las siguientes líneas de actuación:

- Adquisición y tratamiento de los materiales bibliográficos y documentales, incluidos los estudios, de las materias que son competencia de la Consejería para su posterior puesta en uso: consulta, préstamo, elaboración de dossiers documentales y difusión selectiva de la información.
- Edición, gestión, distribución y difusión del fondo editorial de la Consejería para contribuir a la memoria de la institución y a la difusión de los contenidos generados o patrocinados por la Consejería; así como coordinación y supervisión del mismo en el ámbito de la Consejería y sus organismos dependientes.
- Coordinación, asesoramiento y gestión de la imagen corporativa de la Consejería y suministro de logotipos propios de la misma para su inclusión en los diferentes soportes de comunicación, ejerciendo la mediación con la D.G. de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia e Igualdad.
- Gestión de transferencias de documentación administrativa al Archivo Central de la Consejería, tratamiento de la misma y servicios posteriores como consulta y préstamo.
- Coordinación con el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de las medidas para la producción estadística de la Consejería.
- Coordinación y gestión del diseño de los contenidos de la página web de la Consejería e implementación de nuevas utilidades diseñando, actualizando y gestionando los contenidos de la Consejería en las redes sociales.
- Coordinación, asesoramiento y gestión del Plan Anual de Comunicación Institucional.
- Coordinación y asesoramiento de la producción Cartográfica de la Consejería.
- Planificación y gestión de los servicios informáticos de la Consejería, incluyendo la ejecución de las líneas estratégicas entre las que se encuentra la implantación de nuevas funcionalidades, así como nuevas capacidades y funcionalidades de la Administración electrónica. Dichos objetivos se desarrollan en las siguientes líneas fundamentales:
  - Incorporar nuevas aplicaciones que nos permitan ir cubriendo las competencias de la Consejería así como adaptar y mejorar las ya existentes.
  - Incorporar las aplicaciones de variables de género, para su posterior uso en sistemas estadísticos y de toma de decisiones.
  - Incluir información de georeferenciación en elementos georeferenciables, así como normalización de datos espaciales para la georeferenciación.
  - Adaptación de las aplicaciones existentes a nuevos requerimientos de Administración electrónica y a modificaciones normativas.
  - Adaptación del Servicio de Informática al Esquema Nacional de Seguridad

La incidencia de este programa en cuestiones relativas al género es muy significativa, a pesar de tener un bajo impacto en términos de población, ya que su ámbito de aplicación se centra, fun-



damentalmente en el personal de la Consejería de Turismo y Comercio. Adscrita a la Secretaría General Técnica se ha creado la Unidad de Igualdad de Género de la Consejería de Turismo y Comercio, cuya finalidad primordial es la de ser un instrumento que favorezca la integración efectiva de la perspectiva de género en el análisis, seguimiento y evaluación de la práctica administrativa de la Junta de Andalucía.

En el marco del programa, se lleva a cabo el apoyo, consulta y asesoramiento en materia de género a todo el personal y órganos de la Consejería, a través de la Unidad de Igualdad de Género. En concreto, las funciones que desempeña dicha unidad administrativa son las siguientes:

- Asesorar a los órganos competentes de la Consejería en la elaboración del informe de evaluación del impacto por razón de género.
- Llevar a cabo el seguimiento, evaluación del desarrollo y cumplimiento del Plan Estratégico para la Igualdad de mujeres y hombres.
- Recibir las estadísticas oficiales de la Consejería y de sus entidades instrumentales, y realizar el análisis, seguimiento y control de los datos desde la dimensión de género.
- Impulsar la formación y sensibilización del personal de la Consejería y entidades instrumentales en relación al principio de igualdad de oportunidades.
- Asesorar en la elaboración de los planes de igualdad, colaborar en su evaluación y favorecer la elaboración de medidas correctoras.
- Impulsar y apoyar el desarrollo de medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal de las mujeres y hombres.
- Realizar la asistencia técnica al personal y órganos de la Consejería y de sus entidades instrumentales en relación a la aplicación de las políticas de igualdad, y especialmente en el seguimiento de la publicidad institucional.
- Colaborar con el Instituto Andaluz de la Mujer al objeto de garantizar la adecuada cooperación en la coordinación de las actuaciones en materia de igualdad de mujeres y hombres.
- Y en general, velar por la aplicación efectiva del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de la competencia de la Consejería de Turismo y Comercio.

En 2012 la Consejería, inicia un proyecto para favorecer la participación efectiva de hombres y mujeres en la realización de propuestas para la mejora del funcionamiento de los servicios públicos e iniciativas puestas en marcha por la Consejería y en el proceso de toma de decisiones en el ámbito turístico y comercial a través de la implantación de un buzón de sugerencias en la Intranet de la Consejería.

## 7.5.B PLANIFICACIÓN, ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

La Secretaría General para el Turismo, como órgano responsable de la ejecución del programa presupuestario 7.5.B, asume las competencias establecidas en el art. 5 del Decreto 153/2012, de 5 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio:

- La formulación y programación de directrices en materia de planificación turística.
- El impulso, la ejecución y el seguimiento del Plan General del Turismo de Andalucía o de los instrumentos de planificación que lo sustituyan.
- La elaboración de propuestas y proyectos de la ordenación turística para alcanzar un desarrollo sostenible, promoviendo la coordinación y colaboración interorgánica e interadministrativa.
- La confección de planes de inspección en materia de turismo.
- El fomento de la actividad económica turística, potenciando su diversificación y el diseño de nuevos productos turísticos en un contexto de colaboración público-privado.
- Diseño y planificación de las acciones dirigidas a la potenciación de la calidad en los destinos, recursos, servicios y empresas turísticas de Andalucía.
- El impulso de la innovación y de la modernización tecnológica de las empresas y establecimientos turísticos.
- La promoción interior y exterior de Andalucía como destino turístico.
- La potenciación de la comercialización turística directa a través de las nuevas tecnologías.
- El control de la explotación de los establecimientos de alojamiento turístico cuyo titular sea la Administración de la Junta de Andalucía.
- El establecimiento de directrices y programas en materia del servicio de información turística prestado por las oficinas de turismo y, en particular, respecto de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2012, el número de llegadas de turistas a nivel mundial ha alcanzado la cifra de los 1.035 millones en el año 2012, lo que supone un +4,0% más respecto al año anterior, crecimiento que se vuelve a dar un año más dentro de una situación de inestabilidad económica constante en el mundo. Por economías, en este año 2012, el crecimiento ha sido más elevado en las economías emergentes (+4,1%) en comparación con las avanzadas (+3,6%), una tendencia que ha marcado a la industria turística en los últimos años. Unos datos muy representativos teniendo en cuenta la necesidad actual de estimular el crecimiento y la creación de empleo. Para poder mantener estos porcentajes de crecimiento, es necesario que los destinos sean cada vez más competitivos, que sean capaces de satisfacer una demanda turística que exige productos y servicios de una mayor calidad.



Por otro lado, en las previsiones a largo plazo de la OMT se estima que para 2030 se alcance la cifra de los 1.800 millones de llegadas de turistas internacionales.

Andalucía es un importante destino turístico a escala internacional. De este modo, en términos de turismo receptivo extranjero se sitúa entre los veinte primeros destinos turísticos a nivel mundial, superando a países como Polonia o al conjunto de Oceanía, excediendo en más del doble a Argentina, Brasil o la República Dominicana.

En 2012, y a pesar del nuevo retroceso en el número de llegadas, son el gasto y los días de estancia los que vuelven a influir en la obtención de resultados positivos en la cifra de ingresos. Este análisis muestra una clara tendencia de llegadas de turistas a Andalucía con mayor poder adquisitivo que contribuyen a compensar el menor volumen de visitas turísticas. A su vez, se observa como el turismo mantiene un mejor comportamiento que el conjunto de la economía andaluza, suavizando la caída del PIB.

Andalucía se posiciona entre las regiones españolas con mayor número de ocupados en actividades características del turismo. Cataluña, con el 16,7% del total de ocupados en el sector turístico español del año 2012, se sitúa en primer lugar, y le siguen a corta distancia Andalucía, con un 15,4%, y la Comunidad de Madrid (15,0%).

Aunque la crisis económica se ha dejado sentir en todos los sectores productivos de Andalucía y en todos ellos se ha registrado un retroceso del empleo, también es cierto que los ajustes no han sido de igual magnitud y que algunos sectores como el turístico han resistido mejor que otros la coyuntura económica adversa. Todos los grandes sectores económicos de Andalucía han registrado descensos de empleo en 2012, siendo especialmente significativa la caída de ocupación en la construcción (-25,5%), por encima de la registrada el año anterior. La reducción del sector turístico se sitúa muy próxima al descenso de la ocupación total de la región (-5,3%).

Teniendo en cuenta el actual escenario económico en el que nos encontramos, hay que hacer mención especial a la importancia que la política de género ha tenido en el ámbito del turismo ya que se mantiene el esfuerzo por incentivar, en la medida de lo posible, la participación de la mujer en todos los ámbitos de la industria turística, así como de localizar aquellas acciones que puedan suponer un impacto de género en las políticas de fomento y promoción

La planificación y la gestión turística son dos herramientas clave en la generación, desarrollo y posicionamiento de los destinos turísticos desde un punto de vista internacional como nacional. Por ello, Andalucía apuesta por un turismo innovador que de respuestas a las siguientes necesidades:

- El desarrollo de una planificación turística sostenible basada en un consumo racional de los recursos turísticos del territorio y en un modelo desde el punto de vista social, ambiental, económico y cultural basados en la diferenciación del turismo andaluz.

- El desarrollo de nuevas modalidades de gestión que favorezcan la dinamización y la calidad de los destinos turísticos mediante la coordinación de los agentes públicos y privados.
- El desarrollo de nuevas tecnologías y estrategias de marketing que permitan abrir nuevos mercados emisores de turistas.

El sector turístico está sometido a una evolución continua. Los gustos y las preferencias de los consumidores cambian constantemente, así como los canales de información y de comercialización. Además, la inestabilidad en el empleo dificulta alcanzar los niveles de cualificación profesional que el sector y la demanda exigen para mantener los actuales niveles de competitividad frente a otros destinos emergentes con menores costes de producción. Por otro lado, la crisis económica ha agudizado la estacionalidad, principalmente relacionada con las pautas vacacionales del turismo nacional que ha incrementado el peso relativo del segmento sol y playa en el conjunto si bien el progresivo ascenso de otros segmentos con menos comportamiento estacional deberán ir corrigiendo este rasgo.

Para poder adaptarse a una situación tan cambiante es necesario adecuar el espacio turístico andaluz a través de la transformación de los recursos potenciales y reales andaluces en creación de productos turísticos o mejora de los existentes, fortalecer la competitividad del sector local, así como implantar sistemas y herramientas que contribuyan a la mejora de la calidad del producto turístico. Para ello, la Secretaría General para el Turismo formula, como objetivos a conseguir a través de la ejecución del programa presupuestario “Planificación, Ordenación y Promoción Turística”:

- Adecuar el espacio turístico andaluz a través de la creación de productos y servicios turísticos o mejora de los existentes; así como, el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico en las distintas zonas de interés
- Implantar sistemas de información y apoyo a la gestión, que incluye medidas de gestión del plan, así como indicadores de efectos que afectan a un amplio conjunto de magnitudes relativas a gastos, ingresos, empleo, segmentos específicos, etc.
- Consolidar el liderazgo nacional e internacional del destino Andalucía; aumentar el protagonismo de la marca en los principales emisores nacionales y extranjeros, y dar a conocer la diversidad de la oferta turística, dinamizando las ventas del producto.

Para conseguir los objetivos fijados en el programa, esta Secretaría General para el Turismo cuenta con la nueva Ley del Turismo de Andalucía, la 13/2011, de 23 de diciembre y con una serie de instrumentos de planificación e intervención, entre los que destaca, por su carácter estratégico, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía (2014-2020), que consolida la definición del modelo y estrategia de desarrollo turístico a llevar a cabo en la Comunidad Autónoma. En consecuencia, durante el ejercicio 2014 se seguirán acometiendo las labores de desarrollo reglamentario de la citada norma, así como la aprobación tanto del nuevo Plan General de Turismo Sostenible para el siguiente período, como aquellos otros planes turísticos necesarios que vengán a desarrollar las actuaciones y políticas estratégicas de la Junta de Andalucía



En este sentido, la actuación de la Secretaría General para el Turismo puede estructurarse en tres ámbitos geográficos de intervención con instrumentos específicos asociados a dichos ámbitos:

- A escala regional: el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, el plan General de Turismo de Interior Sostenible y el Plan Turístico del Litoral, y el transversal plan Estratégico contra la Estacionalidad
- A escala intermedia: los dos instrumentos de intervención más importantes son la Estrategia de Turismo Sostenible y el Programa de Recualificación de Destinos
- A escala local: el Programa de Grandes Ciudades.

#### **ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE:**

Dentro de la Estrategia de Turismo Sostenible encontramos dos instrumentos de actuación, la de “Iniciativas de Ciudades Turísticas” (ICT) y la de “Iniciativas de Turismo Sostenible” (ITS), que se dirigen a espacios con un importante potencial turístico que, contando con recursos patrimoniales naturales o culturales de interés, puedan suscitar proyectos de desarrollo sostenible basados en acciones dirigidas a la creación o mejora de productos turísticos, al fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local, a la creación, mantenimiento y mejora de los espacios turísticos y a la adopción de sistemas de calidad y de sostenibilidad económica, social o medioambiental.

El objetivo es que los Programas que se encuadren en el ámbito de las iniciativas referidas surjan desde el territorio, de tal forma que los agentes públicos y privados de la zona sean los verdaderos protagonistas de la acción de planificación para que exista una plena identificación con los Programas. Se pretende, en definitiva, que el Programa no venga impuesto al territorio por la Administración Autónoma en un proceso descendente, sino que, en sentido inverso, el programa parta de los Promotores locales y se proponga a la Administración en un proceso ascendente y coparticipado.

#### **PROGRAMA DE RECUALIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS.**

El Plan Qualifica nace a iniciativa de la Consejería de Turismo y Comercio, con el objetivo de establecer las estrategias, políticas y actuaciones para la reconversión y el reposicionamiento del destino Costa del Sol, tratándose sin duda de una actuación demandada por empresarios y profesionales del turismo malagueño. Los objetivos generales del Programa se centran en el aumento de la calidad y de la competitividad del destino Costa del Sol, mediante el diseño de estrategias basadas en la rehabilitación cualitativa del patrimonio y del espacio turístico, bajo las premisas de sostenibilidad y rentabilidad socioeconómica, y apostando por la diferenciación frente a la estandarización y alta estacionalidad. Para la gestión de dicho plan se creó el Consorcio Qualifica, experiencia pionera en España, por sus ambiciosos fines y por la importancia de los organismos y entidades que lo componen. Tiene como fines primordiales:

- En general, llevar a cabo una intervención integral en la Costa del Sol incidiendo positivamente en la competitividad y la innovación, garantizando un desarrollo sostenible de la Costa del

Sol Occidental, en el marco del vigente Programa de Recualificación de Destinos de la Costa del Sol Occidental.

- Articular la cooperación económica, técnica y administrativa entre las distintas entidades consorciadas, a fin de ejercer de forma conjunta y coordinada las funciones y competencias que les corresponden en materia de gestión, desarrollo y consolidación de la competitividad de la Costa del Sol como destino turístico.
- Ejecutar las obras relativas a la construcción de equipamientos, dotaciones e instalaciones que se consideren convenientes, así como de las eventuales encomiendas de gestión que se practiquen a favor del Consorcio por los entes consorciados o por aquellas otras instituciones públicas que así lo acuerden.
- Asimismo, se iniciarán en 2014 otros programas de recualificación de destinos o de dinamización de destinos turísticos emergentes en el contexto de los planes puestos en marcha por la Consejería.

#### **PROGRAMA DE GRANDES CIUDADES:**

Por lo que respecta al Programa Grandes Ciudades, se conceden subvenciones a los Ayuntamientos de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo es la diversificación de la oferta de las ciudades, ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos y atractivos productos. En la actualidad los convenios más importantes en desarrollo son los suscritos entre esta Consejería de Turismo y Comercio y los ayuntamientos de Málaga y Sevilla, pero existen también iniciativas en el marco del Plan con los ayuntamientos de Jerez de la Frontera, Granada, y Jaén. Se está trabajando actualmente en la elaboración de los Planes de Córdoba, Almería y Huelva.

#### **PLANES TURÍSTICOS EN COLABORACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO.**

En estos instrumentos de planificación turística, la financiación de las actuaciones a abordar se reparte a partes iguales (33,3%) entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Turismo y Comercio y la Administración Local correspondiente al ámbito de intervención.

#### **PLANES TURÍSTICOS A INICIATIVA DE LA ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA.**

La Consejería de Turismo y Comercio desarrolla una serie de planes turísticos aprobados por su propia iniciativa. La Administración Autonómica aporta habitualmente el 60% del montante total del convenio suscrito con la correspondiente Administración Local, que contribuye con el 40% restante.

#### **PROYECTO GUADALQUIVIR.**

Para su gestión se ha creado el Consorcio del mismo nombre, que tiene como finalidad primordial la dinamización económica de los municipios ribereños de este río y de su principal afluente, el Genil, a partir del reforzamiento de la identidad del espacio turístico, utilizando como valores de distinción el patrimonio natural y paisajístico, el patrimonio y legado cultural de cada producto, y los criterios de ordenación territorial fijados por la Administración andaluza. Este proyecto se confi-



gura sobre la base de un ente asociativo aglutinador de los agentes público-privados que actuará como gestor desde el punto de vista turístico.

### **OTRAS ACCIONES**

Por otro lado, en relación al fomento de la promoción y comercialización turística, para el 2014 se mantienen las estrategias básicas para la potenciación del producto turístico de Andalucía, contempladas en el Plan Director de Promoción Turística 2013-2016, marco estratégico en el que se amparan las actuaciones realizadas sobre la demanda de cara a reforzar la capacidad del sector turístico para incidir sobre el mercado turístico y mejorar sustancialmente la comercialización directa. Dentro de esta línea estratégica de actuaciones de fomento de la promoción y comercialización turística destacan:

- Las Acciones Inversas y las Bolsas de Comercialización, al igual que las Misiones Comerciales, tendrán un mayor grado de especificación y selección de las empresas participantes. Los acuerdos con intermediarios turísticos presentarán algunos cambios de mejora.
- Estrategia de promoción basada en productos concretos y en zonas específicas.
- Desarrollo de las políticas tradicionales de actuación, maximizando la eficacia de todas las actuaciones y trasladando al turista potencial nuestra gran riqueza y variedad de productos y territorios, así como las experiencias y sensaciones que solo se puede vivir en Andalucía.
- Se intensificará las acciones publicitarias en el mercado nacional y en períodos de máxima afluencia turística.
- Se efectuarán patrocinios tanto a nivel autonómico como nacional en diferentes medios, se diseñará un programa de patrocinios de alta cualificación en el que, establecidos los parámetros indicadores claves, se estructurará el plan e acción anual en este sentido.
- La promoción de las declaraciones de interés turístico, como figuras que aportan carácter diferenciador al destino y, por ende, al producto turístico, apuntan a consolidarse como formas de apoyo a las instituciones y empresas promotoras desde el punto de vista de una promoción turística basada en los recursos existentes. Esta promoción, llevada a cabo desde las páginas webs institucionales, no supone coste extra y es de probada efectividad. La regulación y concreción de los criterios de valoración aplicables para la concesión de estas declaraciones están siendo también objeto de revisión.
- También hay que citar los convenios de colaboración en ejecución, los pendientes de prórroga y los de nueva solicitud. En cuanto a estos últimos señalar que, debido a la situación y a la falta de disponibilidad presupuestaria, el compromiso adoptado por la Consejería de Turismo y Comercio se limitará a la fase de promoción, mediante la asistencia a su presentación en ferias de turismo y el asesoramiento y contacto con Touroperadores, así como su inclusión en viajes de prensa y de familiarización, entre otras actuaciones.

## PROYECTOS EUROPEOS:

- Finalización del Proyecto **CERTESS** (rutas culturales europeas-intercambio de experiencias y soluciones comunes), dentro del programa **"Interreg IV-C"**. Su objetivo central es tratar de crear las condiciones necesarias para una mejor cooperación entre las regiones, que se intercambien experiencias y buenas prácticas en la creación y gestión de sus rutas culturales que deben configurarse como un elemento más de integración europea.
- Continuación del Proyecto de Cooperación Territorial Espacio Sudoeste Europeo 2007-2013 (ODISSEA SUDOE2), cuyo objetivo es dotar a los municipios en los que se desarrolle, de una plataforma informática que recoge su oferta turística más relevante y que mejor les identifique y distinga de los mercados, constituyendo para ellos una potente herramienta de promoción y comercialización, con el valor añadido de integrarse en la red europea de ciudades Odyssea. Dicha plataforma quedará instalada en internet y será accesible, desde cualquier PC, smartphones, tablets, pantallas táctiles instaladas en las Oficinas de Turismo de los municipios, y en las oficinas de los puertos deportivos.

## 7.5. D CALIDAD, INNOVACIÓN Y FOMENTO DEL TURISMO

La Dirección de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, como órgano responsable de la ejecución del programa presupuestario 7.5.D, asume las competencias establecidas en el artículo 7 del Decreto 153/2012, de 5 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio:

- Gestión y ejecución de las acciones y programas destinados al fomento de la actividad turística, así como los dirigidos a la potenciación de la calidad e innovación de los destinos, recursos, servicios y empresas turísticas de Andalucía.
- La coordinación del Registro de Turismo de Andalucía
- La gestión e inspección en materia de turismo, así como el control de sus aspectos administrativos, legales y técnicos y, en particular, las competencias atribuidas en la normativa vigente relativas a los servicios, empresas y establecimientos turísticos.
- Las actuaciones destinadas a promover la mejora de las infraestructuras y servicios turísticos.
- El establecimiento de medidas para asegurar la efectividad y la garantía de los derechos reconocidos a las personas usuarios de los servicios turísticos.
- La planificación, diseño y coordinación de estudios, análisis y prospectivas turísticas.
- La elaboración de informes de seguimiento y evaluación, y el impulso de la publicación y difusión de los resultados de aquellas investigaciones que contribuyan al conocimiento y mejora del turismo andaluz.
- La gestión de los análisis estadísticos en materia turística.



- El fomento de las titulaciones turísticas, así como la formación y el perfeccionamiento de los y las profesionales del turismo.
- Las demás que le atribuya la legislación vigente.

Igualmente, a la persona titular de esta Dirección General le corresponde el impulso de la estrategia de actuación en materia de calidad turística orientada a la asistencia y atención a turistas.

En contexto económico actual llama la atención la decidida apuesta del sector turístico andaluz por la mejora de la calidad, puesta de manifiesto en el análisis de la situación de la actividad turística, realizado para el Plan General de Turismo Sostenible 2014-2020, siendo la misma corroborada por la percepción de la demanda.

Destacar igualmente que uno de los principales retos que debe afrontar el sector turístico es la estacionalidad de la actividad turística, y ello porque los flujos turísticos que Andalucía recibe cada año no se distribuyen de forma homogénea a lo largo de dicho período, sino que los mayores volúmenes de turistas se suelen concentrar en el tercer trimestre del año.

De igual modo, es preciso resaltar que la industria turística andaluza destaca por la alta proporción de trabajadores con estudios medios en detrimento de los trabajadores con formación universitaria, y ello motivado fundamentalmente por la especial estructura del sector en cuanto al tipo de ocupaciones o categorías ocupacionales que lo conforman. Por tanto, la modernización de la actividad turística andaluza deberá ir acompañada de una intensificación de los esfuerzos por mejorar las competencias profesionales de los trabajadores del sector.

Por otra parte, es imprescindible resaltar el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en el sector turístico, que han cambiado radicalmente la manera en que los turistas toman sus decisiones. El uso generalizado de las redes sociales se ha convertido en otra de las grandes tendencias a las que tienen que responder los operadores turísticos.

Los objetivos principales de la Dirección General se centran en la consolidación del turismo como sector clave para el desarrollo futuro de Andalucía en términos de competitividad y sostenibilidad económica, ambiental y social, promoviendo el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de calidad; mejorar y diversificar la oferta turística andaluza, luchando contra la estacionalidad de la demanda turística; la potenciación de la calidad y de la innovación de los destinos, recursos y empresas turísticas; fomentar una actividad turística más rentable, mejor distribuida en el tiempo y más equilibrada; mejorar las competencias profesionales de los trabajadores del sector.

Para su consecución, la ejecución de este programa presupuestario se instrumentaliza a partir de los respectivos diagnósticos de los siguientes planes, programas y proyectos:

- Plan de Calidad Turística de Andalucía.
- Programa anual de estadística 2014.

- Proyecto Andalucía Lab. Plan de actividades 2014.

Dichos planes se concretan en objetivos y actuaciones anuales que se determinan a continuación:

Dentro de la línea de fomento de la promoción y comercialización turística, se mantiene el esfuerzo por dar continuidad a la labor desarrollada por la Fundación Real Escuela Andaluza de Arte Ecuestre, de la que hay que destacar su valor como centro de promoción y comercialización turística de primer orden, única escuela que presta servicios turísticos de tal contenido en nuestro país, destacando además como una entidad instrumental de primer orden en la difusión de los valores culturales, históricos y estéticos del arte ecuestre.

En relación programa Gestión de la calidad y atención al turista en destino, en el ejercicio 2014 se prevé la entrada en vigor del “III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014 - 2016”. Su objetivo general es la contribución al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en los criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad en los destinos turísticos andaluces, promoviendo al mismo tiempo la innovación en la gestión turística y el apoyo a los sectores turísticos poco consolidados que posibiliten la diferenciación y el liderazgo de Andalucía como destino de referencia.

Las principales líneas de trabajo serán las siguientes:

- Desarrollo de las actuaciones previstas en el Plan de Calidad Turística de Andalucía.
- Fomento y desarrollo de programas de calidad turística en destino.
- Actuaciones de apoyo a las certificaciones de calidad: asistencia técnica para la certificación en materia de calidad, medio ambiente y accesibilidad.
- Difusión y reconocimiento de establecimientos certificados en materia de calidad turística.

En la innovación e investigación en materia turística destaca el impulso a la mejora del conocimiento de aquellas cuestiones de relevancia en el nuevo ciclo de la actividad turística. Para ello, se continúa apoyando el proyecto Andalucía Lab. El fin último de este proyecto consiste en la generación y transferencia de conocimiento, innovación y nuevas soluciones tecnológicas aplicables al turismo, constituyéndose así en un centro de I+D+i al servicio de las pequeñas y medianas empresas del sector y a los diversos actores que participan en dicha industria

Las acciones de Andalucía Lab engloban servicios y herramientas diseñadas para impulsar a las Pymes andaluzas: investigación y transferencia de conocimiento al tejido productivo, mediante formación y consultoría; redes sociales; reputación de marca y accesibilidad como distintivo de calidad, competitividad y diferenciación; actividad emprendedora como generador de empleo y oportunidades de negocio.



Andalucía Lab se estructura en las siguientes áreas:

- Research Lab: generadora de conocimiento, desarrolla e impulsa proyectos de investigación y diseña herramientas de alta utilidad para la industria turística.
- Consulting Lab: asesora al empresario y profesional turístico de forma personalizada y gratuita sobre cómo aplicar la innovación a sus negocios.
- Demo Lab: analiza y muestra, en escenarios simulados, distintas soluciones tecnológicas desarrolladas en el centro, procedentes de empresas turísticas o proveedores tecnológicos.
- Testing Lab: identifica tecnologías implantadas en otros sectores y destinos, al objeto de probarlos y adaptarlos para su uso turístico, e importa conocimiento mediante una labor permanente de vigilancia y prospección tecnológica.

Por otra parte, como en ejercicios anteriores, se continuará con el desarrollo de la campaña Bandera Azul en Andalucía, distintivo dirigido a aumentar el prestigio del municipio, provincia y comunidad autónoma que cuenta con mayor número de ellas.

En cuanto al fortalecimiento del tejido empresarial andaluz, está prevista la convocatoria de nuevas ayudas dirigidas a pequeñas y medianas empresas del sector, para el fomento de servicios turísticos y creación de nuevos productos, cofinanciadas con fondos FEDER.

En relación a la adecuación del espacio turístico, está prevista la convocatoria de subvenciones en materia de infraestructuras turísticas para entidades locales.

Finalmente, en relación con el programa de cualificación de los recursos humanos, en el ejercicio 2014 continuarán las líneas de colaboración con los actores implicados en el sector turístico para la implementación de planes de formación sectorial especializada, con el objetivo de dotar a los profesionales del turismo de aquellos conocimientos y habilidades que faciliten la adaptación a las nuevas realidades del sector. También se prevé la convocatoria de becas para la formación en materia de turismo, y de ayudas para la realización de tesis doctorales en materia de turismo.

## **7.6.A ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL**

El Decreto 153/2012, de 5 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio, en virtud de su artículo 8, atribuye a la Dirección General de Comercio competencias en materia de Comercio y Artesanía. Estas competencias son las siguientes:

- La elaboración de propuestas y proyectos de ordenación en materia de comercio interior de Andalucía.
- El impulso, elaboración, ejecución y seguimiento de la planificación del comercio interior de Andalucía, según la legislación vigente.

- Las actividades de inspección en materia de comercio, así como el control de sus aspectos administrativos, legales y técnicos.
- La realización de estudios de mercado, programas y convenios con Administraciones, instituciones o entidades públicas para la mejora de la comercialización.
- El fomento de la creación y mejora de los establecimientos comerciales.
- El impulso a la innovación y modernización tecnológica, y mejora de la competitividad a las pymes comerciales andaluzas.
- La potenciación del comercio urbano a través de los Centros Comerciales Abiertos.
- Las funciones que correspondan a la Comunidad Autónoma en relación a las Cámaras de Comercio de Andalucía.
- El impulso, fomento y la elaboración de propuestas y proyectos de ordenación de la artesanía andaluza en su doble vertiente, productora y comercializadora.
- El impulso, elaboración, ejecución y seguimiento de la planificación de la artesanía de Andalucía.
- Cualesquiera otras que le atribuya la legislación vigente o resulten necesarias para el ejercicio de sus competencias.

En ejercicio de estas competencias, y en el contexto actual de crisis económica generalizada que afecta de forma importante a los sectores de comercio y artesanía, se está abordando la elaboración V Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía, concebido como un Plan de Reactivación del Comercio Andaluz, que entrará en vigor en 2014 y supondrá un cambio de rumbo que contribuya al fortalecimiento del sector.

En el ejercicio 2014, el objetivo primordial al que se dirigirán las actuaciones a desarrollar en materia de comercio y que se enmarcan en el nuevo Plan de Reactivación va a ser la defensa del comercio andaluz, modelo que equilibra los diferentes formatos comerciales y favorece la compatibilización de la vida social, laboral y personal.

Otro objetivo fundamental en 2014 serán el desarrollo de actuaciones tendentes a mejorar la eficiencia productiva de las pymes comerciales andaluzas, así como el impulso de la territorialización de los canales de distribución, reforzando la capacidad competitiva de las pymes comerciales andaluzas y evitando la pérdida de empleo en el sector. En este marco, a través de una línea de ayudas se van a desarrollar actuaciones tendentes a mejorar la competitividad y productividad de las pymes comerciales andaluzas, promover la modernización y remodelación de los establecimientos, adaptándose así a los nuevos formatos comerciales para hacer viable la continuidad y permanencia de la actividad comercial.

En la convocatoria de las mismas se incluirá la perspectiva de género tanto como con la exclusión de aquellas empresas que hayan sido objeto de sanción administrativa en los últimos tres



años, mediante resolución de carácter firme por infringir la normativa en materia de igualdad de género y no discriminación por razón de sexo, como con la valoración de las solicitudes es la implantación en la empresa de planes orientados a la igualdad de género y no discriminación por razón de sexo.

Asimismo, se pretende estimular la innovación y la calidad en la empresa comercial y reconocer la excelencia de las pymes comerciales andaluzas con la convocatoria de Premios Andalucía del Comercio Interior en 2014. En la modalidad “Premio Andalucía del Comercio Interior a la Empresa Comercial Andaluza” se valorará la implantación de un Plan de Igualdad en la empresa comercial.

A través del nuevo Plan de Reactivación del Comercio Andaluz se apoyará la mejora de la cualificación de los trabajadores y trabajadoras del sector comercial a los requerimientos de formación del sector a través del programa de becas de comercio interior y el apoyo a la realización de actividades formativas por las asociaciones de comerciantes andaluzas. En este sentido, la Dirección General de Comercio viene adoptando un papel activo en cuanto a la necesidad y la importancia de formación y la información en el sector del comercio, como uno de los elementos con potencial para incrementar su productividad. Como herramienta de conocimiento, se abordará la creación de un sistema estadístico del comercio interior de Andalucía.

Igualmente, se impulsarán los préstamos a pymes comerciales a través del Fondo de Apoyo a las PYMES Turísticas y Comerciales para posibilitar la realización de actuaciones de modernización y mejora de la competitividad, mejora de la gestión y calidad del servicio, incorporación de nuevas tecnologías de la información a la gestión de los establecimientos, renovación de los mismos y adaptación de su estructura al entorno. Con cargo al mismo, se pueden solicitar instrumentos financieros como préstamos o créditos a largo plazo, pólizas de crédito préstamos para operaciones corrientes u otorgamiento de garantías, entre otros.

Asimismo, se destina financiación al impulso del comercio urbano y a la cooperación entre empresarios del sector comercial a través de las asociaciones de comerciantes, ya que supone un mejor aprovechamiento de las economías de escala. El objeto principal será el apoyo a proyectos tendentes a fomentar la cooperación desde las asociaciones y organizaciones empresariales andaluzas de comerciantes, la modernización de las mismas y la mejora de la calidad del servicio que ofrecen a sus asociados, así como a impulsar el formato de Centro Comercial Abierto desde una doble vertiente: apoyando tanto a sus asociaciones promotoras como a los Ayuntamientos andaluces que cuenten en su municipio con estos formatos y otorgando el reconocimiento oficial a nuevos Centros Comerciales Abiertos de Andalucía.

En este sentido, se potenciará la revitalización de los centros urbanos de las ciudades para la consecución de sinergias entre los sectores turismo y comercio que repercutan positivamente en el empleo y la economía en general. Se contempla apoyo a asociaciones de comerciantes andaluzas con el objeto de desarrollar actuaciones de dinamización comercial, entre las que destaca la puesta

en marcha de unidades de asesoramiento especializado en territorialización de los canales de distribución y que estén al servicio de comerciantes, productores locales y consumidores. Estas unidades propiciarán la adopción de acuerdos para acortar el ciclo productivo entre productores, distribuidores y consumidores finales, contribuyendo a aprovechar las sinergias existentes y evitar los diferentes efectos de las externalidades negativas que repercuten en el precio final, como son las duplicidades de transporte. Por otro, se potencia el sistema productivo andaluz desde la distribución comercial, apoyando que los diferentes productos andaluces se comercialicen en los establecimientos de nuestra Comunidad.

En 2014 entrará en vigor el Plan Director de Ferias y Congresos que definirá directrices para mejorar el posicionamiento de Andalucía en la industria de reuniones, a nivel nacional e internacional. Este Plan posibilitará el conocimiento de la situación de la industria de reuniones y eventos en Andalucía y promoverá la realización de actuaciones para mejorar su posicionamiento en el ámbito nacional e internacional.

En este contexto, las infraestructuras congresuales se constituyen como espacios fundamentales y adecuados para el encuentro entre la producción y el consumo. La complejidad técnica de estas instalaciones, la necesidad de aforo suficiente y de dotar de gran versatilidad las salas, justifican el imprescindible apoyo institucional a la modernización y conservación de las instalaciones existentes en nuestra Comunidad, a fin de dar cobertura a la creciente demanda del turismo de reuniones, con lo que esto conlleva de apoyo al tejido comercial andaluz. En este contexto, está previsto continuar en 2014 con el apoyo al proyecto de ampliación del Palacio de Congresos de Córdoba.

El fomento de la artesanía andaluza constituye otro de los objetivos del ejercicio 2014. Entre las líneas estratégicas seguidas desde la Consejería toman una gran importancia las políticas que se están llevando a cabo, en reconocimiento de aquellas zonas y territorios con singularidad y concentración de actividad artesana, haciendo más visible la artesanía andaluza y las zonas donde se da una mayor concentración de talleres artesanos. En este sentido se están produciendo declaraciones de diferentes Zonas de interés artesanal a lo largo de todo el territorio andaluz, celebrando en cada Zona actos de entrega de placas identificativas a cada uno de los talleres incluidos en las mismas.

Está previsto dar continuidad a este tipo de actuaciones de reconocimiento de Zonas de interés artesanal así como iniciar el reconocimiento de Puntos concretos de interés artesanal dentro y fuera de ellas. Asimismo se seguirá impulsando el nombramiento de nuevos Maestros Artesanos, con su correspondiente difusión, así como se fomentará la participación de artesanos en ferias y otros eventos relacionados con las materias cuyas competencias ostenta esta Consejería, principalmente todos aquellos que contribuyan a racionalizar la sinergia que puede suponer vincular la artesanía con el comercio y el turismo.

Por otro lado, se considera necesario para poner en valor la calidad de la artesanía de nuestra Comunidad Autónoma crear una marca diferenciadora para sus productos, dotar a la artesanía an-



andaluza de una marca, orientada a favorecer la promoción, distinción y competitividad de la artesanía andaluza, con el fin de mejorar la percepción en el mercado de esa calidad real, clara y efectiva de la que disponen los productos artesanos andaluces. Del mismo modo, se trata de aprovechar la oportunidad que nos ofrecen las nuevas tecnologías para contribuir a la modernización e incremento de la competitividad de los talleres artesanos desarrollando un abanico de actuaciones que ayuden en lo posible a la adaptación de los mismos para poder dar respuesta a las nuevas tendencias del mercado actual.

Como novedad, se apostará por reconocer la excelencia en el sector con la creación de los Premios de Artesanía de Andalucía y con el impulso de la marca identificativa de la artesanía andaluza de calidad.

En materia de comercio ambulante, se abordará la realización de un estudio del sector con la finalidad de obtener un diagnóstico que permita conocer la realidad del mismo, así como sus fortalezas y debilidades. Ello posibilitará la puesta en marcha de medidas específicas que contribuyan a la mejora y modernización de esta modalidad comercial.