

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

ORDEN de 24 de noviembre de 2014, por la que se aprueba el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía 2014-2016.

La celebración de congresos, convenciones y jornadas conlleva generalmente una actividad turística conocida como «turismo de reuniones», que se ha convertido en un elemento de gran valor para la dinamización económica y empresarial de nuestras ciudades. Este hecho se justifica, entre otras razones, por su fuerte crecimiento y su previsible potencial de desarrollo, siendo uno de los subsectores menos castigados por la situación de crisis actual.

De igual forma, la celebración de ferias comerciales genera actividad industrial y mercantil que agiliza la difusión y la venta de productos, estimulando los avances técnicos y mejorando, al mismo tiempo, la imagen de la ciudad donde se celebra, tanto a nivel nacional como internacional.

En Andalucía, el turismo ligado a este tipo de actividad reviste una importancia decisiva dentro del sector turístico, por su importante efecto desestacionalizador, además de suponer elevados ingresos económicos en nuestro territorio y constituir, a su vez, una importante fuente de generación de empleos directos e indirectos.

El artículo 37.1.14.º del Estatuto de Autonomía para Andalucía establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma, el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía.

Y en virtud del artículo 58, Andalucía asume competencias exclusivas en la ordenación administrativa de la actividad comercial, incluidas las ferias, y la competencia ejecutiva en ferias internacionales que se celebren en Andalucía.

Asimismo, y en ejercicio de la competencia exclusiva que en materia de ordenación y promoción del turismo ostenta la Comunidad Autónoma de Andalucía, en virtud del artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, el Parlamento aprobó la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía.

El artículo 11 de la referida Ley establece que el instrumento básico y esencial para la ordenación de los recursos turísticos de Andalucía es el Plan General del Turismo y que cualquier instrumento de planificación que se desarrolle en materia de turismo deberá ajustarse a las especificaciones y directrices que se contemplen en el mismo.

Y el artículo 16 establece que la Consejería competente en materia de turismo podrá, previa audiencia de las Administraciones afectadas y oído el Consejo Andaluz del Turismo, elaborar y aprobar programas encaminados al desarrollo, mantenimiento y mejor aprovechamiento de sectores específicos, entre ellos el de reuniones.

Por su parte, el Decreto 38/2013, de 19 de marzo, por el que se aprueba la formulación del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, recoge que este nuevo Plan se fundamenta en la dilatada y exitosa experiencia de concertación social de las políticas públicas con los agentes económicos y sociales en la Comunidad Autónoma Andaluza, tanto a nivel general, como en el ámbito de la política turística (Pactos Andaluces por el Turismo). En este sentido, este Plan integrará los objetivos y líneas estratégicas recogidos en el IV Pacto Andaluz por el Turismo, «Acuerdo por la Sostenibilidad, el Empleo, la Excelencia y la Competitividad del Sector Turístico Andaluz», firmado el 18 de febrero de 2013 por la Consejería de Turismo y Comercio y los agentes económicos y sociales integrantes de la Mesa del Turismo.

Uno de los objetivos del IV Pacto Andaluz por el Turismo es «contribuir a la desestacionalización en el ámbito turístico y favorecer con ello la optimización de las infraestructuras, servicios, instalaciones y establecimientos turísticos, la mejora de la percepción de la calidad turística y de los beneficios sociales y económicos de su actividad productiva y la descongestión de los destinos turísticos maduros».

Para la consecución de este objetivo, el Pacto adopta dos acuerdos estratégicos, que se materializan en las Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística 2014-2020, aprobadas por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 6 de mayo de 2014 y el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía 2014-2016.

En este marco de concertación, nace el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones, con el gran propósito de definir los retos, estrategias y actuaciones necesarios para situar Andalucía a la cabeza de la industria de reuniones, aumentando su capacidad competitiva y cualificando un sector que se concibe esencial, por su efecto desestacionalizador del turismo y generador de empleo.

Y utiliza el término «Industria de Reuniones» como concepto global que incluye tanto el conjunto de relaciones y agentes que demandan y ofertan reuniones y eventos profesionales, tales como congresos, convenciones, jornadas y similares, englobados bajo el término turismo de reuniones, como a las ferias

comerciales, que a pesar de compartir multitud de elementos comunes con el turismo de reuniones, como la oferta de instalaciones y los agentes que intervienen, tradicionalmente se han mantenido al margen de los estudios realizados, por tener un diferente comportamiento turístico.

En consonancia con el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, uno de los principios rectores del Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones, ha sido la consideración del Gobierno Abierto, que implica que ha sido elaborado en un proceso protagonizado por la colaboración público-privada, la búsqueda de consenso y alianza entre los agentes del sector.

Este Plan ha sido consensuado en el seno de la Mesa del Turismo, en la sesión celebrada el 14 de febrero de 2014; asimismo, el 21 de abril de 2014 ha sido consultado preceptivamente el Consejo Andaluz del Turismo.

El Decreto 30/2014, de 4 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio, atribuye a esta Consejería, las competencias relativas al turismo, al comercio y a la artesanía, mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de dichas materias, atribuyendo específicamente a la Dirección General de Comercio las competencias relativas a las actuaciones destinadas a fortalecer y consolidar el sector congresual y ferial de Andalucía.

En su virtud, a propuesta de la Dirección General de Comercio, tras su examen por la Comisión Delegada para Asuntos Económicos en su reunión del día 30 de septiembre de 2014 y tras deliberación del Consejo de Gobierno de fecha 18 de noviembre de 2014 y de conformidad con lo establecido en el artículo 46.4 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y por el artículo 26 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía,

D I S P O N G O

Primero. Aprobación del Plan.

1. Se aprueba el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía para el periodo 2014-2016, cuyas líneas estratégicas, programas y actuaciones se especifican como Anexo Único a la presente Orden.

2. El texto íntegro del Plan podrá ser consultado, según recoge el dispongo cuarto de la presente Orden.

Segundo. Objetivos generales, específicos y líneas estratégicas.

1. Los objetivos generales del Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía 2014-2016 son los siguientes:

- Posicionar a la Comunidad Andaluza a la cabeza de la Industria de Reuniones, implementando un modelo sostenible, viable, equitativo y competitivo.
- El crecimiento del turismo de reuniones como sector estratégico de la economía andaluza por su carácter desestacionalizador, generador de empleo y de desarrollo económico.
- Desarrollar un modelo turístico que se apoye en la gestión integral de la calidad de los destinos, la innovación dentro del tejido empresarial, especialmente la tecnológica y la formación y transferencia de conocimiento entre sus profesionales.

2. Para la consecución de estos objetivos el Plan Director se marca cinco objetivos específicos:

- Acordar un sistema de conceptualización y medición del sector comparable, eficaz y accesible.
- Profesionalización y especialización del segmento para mejorar la empleabilidad, la calidad y evitar el inostrusismo.
- Fomentar el desarrollo del tejido empresarial local.
- Mejorar el posicionamiento nacional e internacional de los destinos de reuniones andaluces.
- Optimización de la oferta.

Tercero. Desarrollo y ejecución del Plan.

Para el desarrollo y ejecución del Plan de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía 2014-2016, se crea una Comisión de Seguimiento, cuya función será la de establecer un sistema de indicadores de seguimiento y control de la ejecución de las actuaciones recogidas en el Plan, así como la de analizar la consecución de los objetivos marcados y estará compuesta por cinco miembros, dos en representación de la Consejería con competencias en materia de turismo y comercio, uno en representación de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., uno en representación de la Asociación Andaluza de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (AFCAN) y otro en representación de la Asociación Andaluza de Empresas de Organización Profesional de Congresos (OPC).

La Comisión de Seguimiento elaborará anualmente y al final del periodo de vigencia del Plan, un balance, que será elevado a la persona titular de la Consejería con competencias en materia de comercio, para su conocimiento, y que incluirá un resumen total de las actuaciones realizadas en cada periodo anual, la cuantificación definitiva de los resultados obtenidos, con indicación del grado de cumplimiento efectivo del Plan y las propuestas y sugerencias para la mejora y elaboración del siguiente Plan.

Cuarto. Publicidad del Plan.

Con el fin de garantizar el conocimiento del Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía 2014-2016 por toda la ciudadanía y organizaciones interesadas, la Consejería con competencias en materia de comercio tendrá a disposición de cualquier persona que desee consultarlo, un ejemplar del Plan en la sede de Dirección General con competencias en materia de comercio, así como en sus Delegaciones Territoriales.

Asimismo, el Plan estará disponible en el sitio web oficial de la Consejería de Turismo y Comercio: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio>.

Quinto. Efectos.

La presente Orden surtirá efectos desde el mismo día de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 24 de noviembre de 2014

RAFAEL RODRÍGUEZ BERMÚDEZ
Consejero de Turismo y Comercio

ANEXO ÚNICO

Vinculadas a los objetivos específicos, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones establece tres líneas estratégicas, que enmarcan y orientan las actuaciones programadas. A continuación se describe en qué consiste cada una de estas líneas estratégicas, los programas y actuaciones a desarrollar:

1. Innovación y calidad:

Las empresas del sector ferial y congresual necesitan acceder a información relevante, conocer y saber cómo utilizar las nuevas herramientas que tienen a su disposición y que les pueden ayudar a optimizar su gestión, así como maximizar su tiempo y reducir el riesgo. Toda esta adaptación requiere, inevitablemente, de innovación de empresas, servicios y destinos congresuales.

Es necesario, además, caminar hacia la búsqueda permanente de la excelencia como sello distintivo del segmento de reuniones y congresos en Andalucía.

Con el seguimiento de esta línea estratégica se pretende:

- Impulsar la calidad integral del destino de reuniones andaluz, apoyando de forma muy especial a los trabajadores y trabajadoras como elemento esencial del servicio prestado.

- La apuesta decidida por la innovación en todos los ámbitos (identificación y desarrollo de nuevos mercados, productos, herramientas de marketing, etc.) entendiendo la innovación como un proceso continuo de creación de valor para la persona asistente a un congreso y de mejora de los productos y experiencias que se le ofrecen.

Programa 1.1: Conceptualización y normalización del sector.

- Actuación 1.1.1: Impulso de la regulación del sector enfocada a mejorar su calidad y competitividad.

Programa 1.2: Medición y análisis del sector.

- Actuación 1.2.1: Diseño y puesta en marcha de un sistema de análisis, estudios, estadísticas y medición del sector tanto referido a la situación en Andalucía, como a los principales mercados emisores.

Programa 1.3: Transferencia de información al sector.

- Actuación 1.3.1: Elaboración de un Catálogo con la oferta de la Industria de Reuniones en Andalucía.

- Actuación 1.3.2: Elaboración de publicaciones periódicas.

Programa 1.4: Formación y profesionalización para el empleo de calidad.

- Actuación 1.4.1: Promover protocolos con las consejerías competentes al objeto de ofrecer formación especializada en la Industria de Reuniones.

- Actuación 1.4.2: Actuaciones dirigidas a promover el asesoramiento y formación de empresas, trabajadores y trabajadoras de la Industria de Reuniones.

- Actuación 1.4.3: Actuaciones dirigidas a fomentar las condiciones laborales estables en el sector de la Industria de Reuniones.

Programa 1.5: Calidad, excelencia y sostenibilidad del sector.

- Actuación 1.5.1: Creación de un grupo de trabajo para evaluar la viabilidad técnica de los proyectos de construcción y reforma de Palacios de Congresos y Recintos FERIALES que eventualmente se pudieran presentar.

- Actuación 1.5.2: Acciones de mejora de las infraestructuras congresuales y feriales.

- Actuación 1.5.3: Promover distintivos de calidad para el sector.

- Actuación 1.5.4: Promover marcos de colaboración con entidades que fomenten la sostenibilidad dentro de la Industria de Reuniones

2. Desarrollo socio-económico:

A través del desarrollo de la Industria de Reuniones se pretenderá potenciar no sólo la rentabilidad de las empresas del sector, sino también el enriquecimiento social y económico del entorno local donde se lleve a cabo cada evento. De este modo, se favorece la creación y consolidación de empleo en el ámbito turístico y se tiene en cuenta la participación de pequeñas y medianas empresas en la oferta congresual y ferial.

Bajo esta línea estratégica se pretende dar respuesta a:

- La necesidad de impulsar la diversificación de las economías locales favoreciendo la generación de rentas complementarias y promoviendo la creación de empleo.

- El fomento de un mayor consumo en destino.

- La necesaria coordinación entre las empresas que intervienen en el evento y el resto de sectores locales, que ofrecen a la persona asistente a un congreso alternativas de ocio y cultura aumentando el nivel de satisfacción del visitante.

- La complementariedad e integración entre segmentos como base para una oferta turística variada.

Programa 2.1: Promover alianzas empresariales y profesionales entre los actores del segmento.

- Actuación 2.1.1: Crear un equipo de trabajo a nivel provincial, integrado por la Junta de Andalucía y representantes del sector.

- Actuación 2.1.2: Ofertar paquetes turísticos con el objeto de promover la complementariedad de la oferta existente en Andalucía.

- Actuación 2.1.3: Impulsar proyectos destinados a potenciar el asociacionismo y la cooperación empresarial de las empresas del sector.

- Actuación 2.1.4: Promover la cesión de edificios singulares para la celebración de algún acto complementario relacionado con una feria, congreso u otro tipo de reuniones.

Programa 2.2: Adecuar la oferta complementaria y las infraestructuras de transportes a los requerimientos de la Industria de Reuniones.

- Actuación 2.2.1: Proponer a los organismos e instituciones competentes una mejora de las infraestructuras de transportes en lugares de interés para la Industria de Reuniones, mediante el estudio de fórmulas eficaces para lograr un mayor número y frecuencia de conexiones aéreas y terrestres en los destinos.

- Actuación 2.2.2: Colaboración interadministrativa para adecuar la oferta complementaria a los requerimientos de la Industria de Reuniones.

- Actuación 2.2.3: Mejora de la integración de la oferta lúdico-turística y reforzar los sistemas de receptivo turístico.

3. Promoción y comercialización:

Andalucía es una potencia turística y el segmento turístico de reuniones es vital para nuestra economía, ya que con él se hace frente a una de las principales debilidades de la actividad turística: la estacionalidad.

Por ello, en el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone el desarrollo de la Industria de Reuniones a través de actuaciones de promoción del segmento, así como de comercialización de la magnífica oferta congresual y ferial de la que Andalucía está dotada.

Las actuaciones de este plan contribuirán a dar respuesta a:

- La necesidad de un adecuado posicionamiento tanto nacional como internacional de la marca Andalucía como destino de reuniones y congresos.

- La diferenciación de nuestros competidores.

- Impulsar el apoyo y consolidación de las instalaciones existentes.

- La necesidad de crear estrategias para la presentación de candidaturas y captación de eventos, congresos y ferias en mercados nacionales e internacionales.
- Reivindicar el peso y la importancia de la actividad congresual y ferial de nuestra Comunidad Autónoma en el conjunto del Estado e instituciones turísticas.

Programa 3.1: Impulsar la diferenciación de la oferta de reuniones de Andalucía.

- Actuación 3.1.1: Realización de campañas promocionales para difundir el destino de Andalucía como destino de reuniones y ferias.
- Actuación 3.1.2: Creación de un eslogan que promocioe Andalucía para la celebración de reuniones.
- Actuación 3.1.3: Creación de la Mesa Andaluza de la Industria de Reuniones.
- Actuación 3.1.4: Crear una red de destinos andaluces y destinos europeos, al objeto de mejorar el posicionamiento de Andalucía en el mercado internacional.

Programa 3.2: Promoción de la Industria de Reuniones.

- Actuación 3.2.1: Crear un espacio web destinado exclusivamente a la Industria de Reuniones en Andalucía.
- Actuación 3.2.2: Organización de determinados eventos al objeto de dar a conocer la oferta de la Industria de Reuniones en Andalucía.
- Actuación 3.2.3: Incrementar la presencia en ferias relevantes para la Industria de Reuniones.
- Actuación 3.2.4: Promoción internacional en determinados países emergentes y en otros países con tradición turística consolidada.
- Actuación 3.2.5: Líneas de estímulo para la promoción, captación y organización de ferias y congresos.
- Actuación 3.2.6: Diseño de estrategias de promoción específicas con otros segmentos o microsegmentos turísticos.
- Actuación 3.2.7: Promover acuerdos con establecimientos hoteleros y con infraestructuras congresuales y feriales para conseguir ofertas ventajosas de carácter recíproco de cara a captar eventos.