

Planificación Turística Integral de Andalucía  
Plan de Calidad Turística de Andalucía  
2014-2020

Andalucía

Planificación Turística Integral  
de Andalucía

Plan de  
Calidad Turística  
de Andalucía  
2014-2020









Andalucía

## **Colección: Planificación Turística Integral de Andalucía**

### **Edita**

Junta de Andalucía. Consejería de Turismo y Comercio.  
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n  
41092 Sevilla

[publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es](mailto:publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es)  
[www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio](http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio)  
[www.turismonuevasideas.org](http://www.turismonuevasideas.org)

### **Dirección del plan**

Manuela González Mañas. *Directora General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo. Junta de Andalucía.*

### **Coordinadora del plan**

Cristina Meneses Cabrera. *Jefa de Servicio de Calidad e Innovación Turística.*

### **Equipo redactor**

Cecilia Ferrer Troyano. *Asesora Técnica.*  
Sara Larive López. *Asesora Técnica.*  
Teresa Montero López. *Técnico Grado Medio Turismo.*

### **Adjuntos a redacción**

Trinidad Cordero Ordóñez. *Jefa de Departamento de Ordenación de Actividades Formativas.*  
Cándida Domínguez Vega. *Departamento de Innovación Para el Turismo.*

### **Fotografía**

© Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Consejería de Turismo y Comercio. **Junta de Andalucía.**

“Compromiso de Calidad Turística es una marca registrada propiedad de la Secretaría de Estado de Turismo.” “Logotipo bandera azul ha sido cedido por la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor.”

### **Diseño, maquetación e infografía**

Trama Gestión, S.L.

### **Impresión**

Imagraf Impresores

### **Depósito Legal: SE-2041-2014 | JATUCO 2014-006**

*Esta publicación está disponible para la consulta y préstamo en el Centro de Documentación y Publicaciones de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía y disponible para descarga en la dirección:*

*<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/143472232.pdf>*

Estrategias para  
la **Gestión de la  
Estacionalidad  
Turística**  
2014-2020

Plan  
**Director de  
Promoción  
Turística de  
Andalucía**  
2013-2016

Plan de  
**Calidad Turística**  
de Andalucía  
2014-2020

Estrategia  
Integral del  
**Turismo  
Sostenible**  
del Litoral de  
Andalucía

**Planificación  
Turística  
Integral**  
de Andalucía

Plan Integral  
de **Fomento del  
Turismo Interior  
Sostenible** de  
Andalucía  
2014-2020

Plan General  
de **Turismo  
Sostenible**  
de Andalucía  
2014-2020

Plan Director  
de **Ferías,  
Congresos,  
Reuniones** de  
Andalucía  
2014-2016





# Presentación



La excelencia turística constituye el valor principal a la hora de competir con otros destinos e implica dar respuesta a la realidad actual de la demanda y satisfacer las necesidades de personas turistas cada vez más individualizadas, experimentadas y con mayores exigencias. Así, la calidad de los servicios que se prestan a las personas viajeras desde el mismo momento en que pisan nuestra tierra, entendida como un concepto de carácter integral y transversal en el que intervienen múltiples factores, constituye un factor muy importante en la configuración de la marca Andalucía, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

No podemos olvidar que en el itinerario que realizan las personas visitantes intervienen elementos estrictamente ligados al sector turístico que deben estar en óptimas condiciones, como, por ejemplo, las comodidades de un alojamiento; pero también otros que van más allá de él, y que, sin duda, influyen en la imagen que las personas viajeras se llevan del destino. En este sentido, el mantenimiento adecuado y sostenible de los recursos, la limpieza de los entornos urbanos, la situación de las infraestructuras, la movilidad o el trato que reciben en un taxi, en un restaurante o en un comercio, son aspectos a tener muy en cuenta y en los que las administraciones locales y el sector 'complementario' al que se refiere juegan un papel esencial.

La calidad se convierte de este modo en sinónimo de satisfacción, de fidelidad y de rentabilidad de la actividad turística y debe ser un aspecto transversal en cada una de las acciones que se pongan en marcha tanto por la administración como por el sector privado. Por eso, es necesario aumentar la concienciación social sobre la importancia que tiene el turismo en el desarrollo de la economía regional y local, para que, entre todos, podamos alcanzar el objetivo de seguir incrementando la calidad del destino, así como implementar políticas públicas que permitan profundizar en la excelencia de la oferta, de los recursos, del personal trabajador y de las empresas.

Esta concepción es la piedra angular del Plan de Calidad Turística 2014-2020, una programación a medio plazo que cuenta con las aportaciones de profesionales y ciudadanía y que propone tres líneas estratégicas que se centran en la excelencia, la innovación y la formación, y la coordinación. Estas estrategias engloban nueve programas que, a su vez, se desglosan en las 52 actuaciones concretas para impulsar la implantación de sistemas de calidad, renovar los segmentos, mejorar la accesibilidad, profesionalizar la actividad, apoyar las nuevas tecnologías y proteger a la persona turista. Otro de los aspectos señalados de la iniciativa es su carácter flexible y evaluable, puesto que podrá adaptarse a la coyuntura de cada momento y podrá medirse el impacto directo de su aplicación.

El trabajo desarrollado por el sector y las administraciones durante los últimos años nos han llevado a ofrecer una elevada calidad en nuestro destino, superior en muchos casos a la de nuestros competidores, hasta el punto de que la comunidad se sitúa hoy como líder nacional en certificaciones de establecimientos, empresas y servicios, además de que obtiene unos resultados sobresalientes en la valoración y en los indicadores de satisfacción de las personas viajeras. De este modo, el nuevo Plan, más que una solución a una posible carencia, se plantea como un reto constante por mantener nuestra competitividad. El fin último es que la persona que nos visite se sienta como en casa, confiada y segura, y esté realmente encantado con Andalucía.



**Rafael Rodríguez Bermúdez**

*Consejero de Turismo y Comercio. Junta de Andalucía.*



Andalucía se ha consolidado en los últimos años como destino de referencia en materia de calidad al liderar el ranking nacional de los principales indicadores de certificación existentes, con 1.894 distinciones y 1.436 establecimientos y espacios reconocidos. Este camino recorrido hasta el momento sólo puede calificarse de extraordinario y representa el esfuerzo de un sector con demostrada solvencia. Sin embargo, ha llegado el momento de dar un paso más para adaptarnos a una realidad que viene marcada por una renovación constante de la exigencias y tendencias de la demanda, por la aparición de nuevos canales de comunicación y por un mercado en el que, cada vez, participan más actores. Decía Steve Jobs que “la innovación es lo que distingue a los líderes de los seguidores”, un planteamiento que, aplicado a la actividad turística, supone que, para reforzar nuestro posicionamiento, debemos seguir profundizando en medidas que fomenten tanto la excelencia en todo el itinerario de consumo de la persona turista como el carácter experiencial de los destinos.

El III Plan de Calidad Turística 2014-2020 tiene como objetivo general contribuir al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo basado en criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad, promoviendo al mismo tiempo la innovación en la gestión y el apoyo a sectores poco consolidados que posibiliten la diferenciación de nuestro destino. Para ello, marca tres grandes líneas de actuación -Excelencia, Innovación y Formación, y Coordinación y Diálogo- que se dividen, a su vez, en nueve programas estratégicos que representan los propósitos que van a dirigir la actuación de la Consejería de Turismo y Comercio en la materia durante los próximos años.

Así, la línea de excelencia propone metodologías de trabajo y proyectos que contribuyan a generar sistemas y servicios apoyados en la calidad, la accesibilidad, la sostenibilidad y la protección de los derechos de las personas consumidoras turísticas. La línea de

innovación y formación actuará desde dos vertientes: por un lado, fomentando el desarrollo de herramientas que contribuyan a la mejora en la gestión empresarial de establecimientos, y por otro, favoreciendo el desarrollo de segmentos innovadores y poco consolidados. La profesionalización será también una de las premisas principales de este eje de trabajo. Por último, la Línea de Coordinación pretende habilitar aquellos canales de comunicación y espacios destinados a la participación abierta y la codecisión con todos los organismos y agentes implicados la actividad.

El Plan que ahora ve la luz es fruto de un trabajo intenso de reflexión, debate y puesta en común en el que ha participado personal técnico de la Consejería de Turismo y Comercio, así como representantes institucionales, agentes, profesionales y empresas de todas las provincias andaluzas a lo largo de varios meses. Una labor ardua, sí, pero absolutamente enriquecedora y que ha merecido la pena porque el fruto es un documento realista, dinámico y coordinado que nos va a permitir reforzar la competitividad de Andalucía como destino a nivel nacional e internacional.



**Manuela González Mañas**

*Directora General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo  
Junta de Andalucía.*



El equipo redactor de este Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020 tiene como filosofía de trabajo “el esfuerzo continuo para obtener los mejores resultados”, lo que, en esencia coincide con nuestra concepción sobre uno de los principales objetivos de la calidad en el turismo.

Bajo esta idea de Calidad, el Plan plantea como objetivo rector contribuir al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en 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 sectores turísticos poco consolidados que posibiliten la diferenciación y el liderazgo de Andalucía como destino de referencia a nivel internacional.

En definitiva queremos contribuir a disponer de destinos excelentes, protectores, accesibles y sostenibles, queremos alcanzar un mayor grado de innovación aplicada al turismo, queremos contribuir a mejorar la formación de las personas y empresas que trabajan en turismo, promocionar sus esfuerzos y mejoras y sorprender a quienes nos visitan, potenciando segmentos turísticos emergentes e innovadores, todo ello bajo un proceso permanente de cooperación, participación y consenso.

Destacar por último, que este Plan que ahora se presenta, ha visto la luz gracias al esfuerzo, dedicación y profesionalidad de las funcionarias y funcionarios de esta Consejería de Turismo y Comercio, que han volcado en él su experiencia y lo mejor de cada un@.

¡Gracias a tod@s!



**Cristina Meneses Cabrera.**

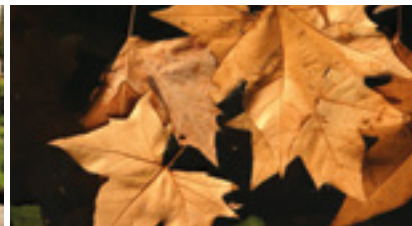
*Coordinadora Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020.*

# 00



## 01. VISIÓN GENERAL, ANTECEDENTES Y FUTURO.

1.1. Antecedentes y futuro: hacia un nuevo escenario turístico. 18



## 02. NUESTROS REFERENTES

2.1. Un marco de referencia pactado por todos. IV Pacto Andaluz por el Turismo de Andalucía. 22

2.2. Nuestra guía de planificación. El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020. 23

2.3. Agenda por el Empleo. Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad. 24



# Índice



## 03. METODOLOGÍA

3.0. Metodología. 26



## 04. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

4.1. Introducción. 32  
4.2. Evaluación Plan de Calidad Turística 2010-2012. 34  
4.3. Conferencia Estratégica. Turismo, Nuevas Ideas Torremolinos 2012. 43  
4.4. Colectivos Específicos. Puntos de Encuentro. 47

4.5. Jornadas Provinciales PCTA 1420 1420. 49  
4.6. SAETA . Memoria Diagnóstico PGTS 51  
4.7. Diagnóstico. Conclusiones Integradas. 58



## 05. PRINCIPIOS RECTORES

5.1. Principios Rectores Básicos. Plan General de Turismo Sostenible. 64  
5.2. 5.2. Principios Rectores Subsidiarios. 65



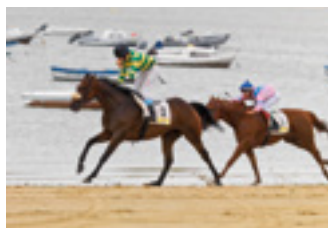
## 06. META DEL PLAN

6.0. Meta del Plan. 68



## 07. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

7.0. Objetivos Estratégicos. 72



## 08. PLAN DE ACCIÓN

8.1. Introducción. 76  
8.2. Líneas Estratégicas, Programas y Actuaciones. 77



## 09. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

9.0. Seguimiento y Evaluación. 146

01





# Visión General, Antecedentes y futuro



## 1.1. Antecedentes y futuro: hacia un nuevo escenario turístico.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2006-2008 nació con la intención de tomar las riendas y promover el desarrollo de productos y servicios turísticos que incorporasen criterios de calidad y excelencia en su gestión.

Su carácter pionero como instrumento de planificación en esta materia y sus buenos resultados asentaron las bases para el posterior desarrollo de nuevas herramientas que, ya mejoradas, profundizaron e incorporaron otras materias transversales complementarias a la calidad turística y a la excelencia, que trataron de contribuir a la modernización de Andalucía como destino turístico. La innovación, la formación de profesionales, la sostenibilidad ambiental y la accesibilidad adquirirían cada vez un papel de mayor relevancia en la planificación de proyectos turísticos que nacían de la Consejería de Turismo y Comercio.

Con el transcurso de los años, continuar avanzando en este camino suponía seguir apostando por:

- La diferenciación de Andalucía respecto a otros destinos maduros y saturados.

*La innovación, la formación de profesionales, la sostenibilidad ambiental y la accesibilidad adquirirían cada vez un papel de mayor relevancia en la planificación de proyectos turísticos.*

- La protección de un recurso básico e indispensable, el entorno natural, que posibilite la práctica de turismo sano, sostenible y duradero.

- Ofrecer una mirada renovada y moderna de Andalucía como territorio abierto a otras posibilidades de ocio y turismo.

- Satisfacer las expectativas de una persona turista cada vez más exigente a la que se persigue fidelizar mediante la calidad de los servicios prestados y no mediante la vía del precio.

En esta línea evolutiva, el II Plan de Calidad Turística 2010-2012 fue un fiel seguidor de su antecesor incorporando las citadas áreas temáticas y enfrentándose, al mismo tiempo, a una coyuntura económica más compleja.

Todos estos años, todo este trabajo han marcado un antes y un después en el escenario turístico andaluz. La calidad y la excelencia son ahora factores medibles y tangibles en los servicios turísticos que se ofrecen y las empresas apuestan por estas herramientas de trabajo que ayudan a la consolidación de sus negocios en momentos de estancamiento.

Dentro de este contexto y siendo conscientes de las exigencias que continúa reivindicando el sector en estas temáticas y del entorno cambiante y complejo al que debemos enfrentarnos, se hace necesario abrir las puertas a una tercera edición del Plan de Calidad Turística de Andalucía, esta vez más integradora y realista.

Las buenas prácticas en la gestión del servicios y la atención al cliente, la protección de la persona turista, como piedra angular de todo este entramado de factores que dan forma a la dimensión social del turismo, tratar de otorgar un lugar relevante a otras modalidades turísticas más accesibles y respetuosas con el medio, la profesionalización del empleo en este ámbito, la innovación concebida no únicamente como impulso de nuevas tecnologías sino también como el apoyo a proyectos conceptualmente modernos y con gran potencial, todo ello, adquieren y se consolidan en una nueva estructura de trabajo, de ideas, de proyectos, que no puede permanecer a la deriva, funcionando mediante la espontaneidad del momento. Todos estos propósitos deben ser guiados, canalizados y articulados a través de un mismo eje vertebrador, empujados al unísono y de forma coordinada por un mismo motor.

Se ponen en marcha, por tanto, todos aquellos mecanismos y engranajes que, con la participación activa de los agentes implicados en el sector turísticos andaluz, han posibilitado el nacimiento del Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020 (en adelante PCTA 1420).

Finalmente destacar que el presente plan ha sido expuesto a la Mesa del Turismo de Andalucía y al Consejo Andaluz de Turismo, órgano de concertación y de carácter consultivo respectivamente en materia turística de la Junta de Andalucía y aprobado por Orden del Consejero de Turismo y Comercio, D. Rafael Rodríguez Bermúdez. Asimismo cabe mencionar, que su contenido ha sido desarrollado teniendo en cuenta la integración transversal del principio de igualdad de género tal y como dicta la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.





02





**Nuestros  
Referentes**

*El IV Pacto Andaluz por el Turismo firmado el 18 de febrero de 2013 marca una serie de objetivos que pretenden servir de guía y horizonte para toda actuación llevada a cabo por parte la Consejería de Turismo y Comercio.*

## 2.1. Un marco de referencia pactado por todos. IV Pacto Andaluz por el Turismo de Andalucía.

El IV Pacto Andaluz por el Turismo firmado el 18 de febrero de 2013, en un intento de aunar esfuerzos y voluntades entre aquellos agentes más representativos del sector turístico andaluz, marca una serie de objetivos que pretenden servir de guía y horizonte para toda actuación llevada a cabo por parte la Consejería de Turismo y Comercio. Entre estos objetivos y directrices, se hace referencia, a continuación, a aquellos, que por su naturaleza, son susceptibles de estar estrechamente vinculados al trabajo actual y futuro de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.

- **Consolidar el sector turístico como una de las actividades económicas estratégicas para el desarrollo sostenible de Andalucía y su recuperación socioeconómica.**
- **Contribuir a la ruptura de la estacionalidad en el ámbito turístico y favorecer con ello la optimización de las infraestructuras, servicios, instalaciones y establecimientos turísticos, la mejora de la calidad turística y de los beneficios sociales y económicos de su actividad productiva y la descongestión de los destinos turísticos maduros.**
- **Impulsar la competitividad de las empresas turísticas, favorecer su interna-**

**cionalización y el desarrollo del tejido asociativo empresarial.**

- **Impulsar el desarrollo profesional de los trabajadores y trabajadoras como elemento estratégico del desarrollo turístico de Andalucía aunando esfuerzos para favorecer la creación y consolidación del empleo de calidad en el ámbito turístico.**
  - **Impulsar la calidad integral del destino turístico andaluz, apoyando de forma muy especial a los trabajadores y trabajadoras como elemento esencial del servicio turístico.**
  - **Apoyar la innovación de las empresas, servicios y destinos turísticos.**
  - **Integrar la participación, el consenso y la codesión en el proceso de toma de decisiones sobre principales estrategias de la política turística.**
  - **Intensificar la coordinación interadministrativa en las políticas turísticas, así como en materias transversales de incidencia turística, especialmente en materia de formación.**
- Generando un compromiso de trabajo responsable y consecuente con lo pactado, el diseño del PCTA 1420 reflexiona sobre lo propuesto e incardina una batería de programas de trabajo y actuaciones en coherencia con lo establecido en dicho pacto.





## 2.2. Nuestra guía de planificación. El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020.

Apoyar nuevas alternativas diferentes al modelo turístico predominante en Andalucía generando otras posibilidades de desarrollo económico sostenibles y protectoras de la identidad y las costumbres andaluzas es, sin lugar a dudas, una de las principales metas a alcanzar por parte de la Consejería de Turismo y Comercio.

A través del Decreto 38/2013 de 19 de marzo se aprueba la formulación del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, plan que, debido a su naturaleza integradora, actúa como eje vertebrador para el resto de instrumentos que tienen como fin alcanzar una planificación adaptada a la realidad turística andaluza.

Sus objetivos, nuestros referentes, de ahí que las líneas de trabajo asumidas por el

PCTA 1420 incluyan una serie de materias y actuaciones que enraizan con toda naturalidad con el modelo de ordenación del territorio impulsado por el futuro Plan General de Turismo Sostenible.

Si bien el Plan General defiende y se sustenta sobre:

- **Un modelo de desarrollo turístico equitativo, basado en un uso óptimo de los recursos en sus diversas modalidades y naturalezas.**
- **Un tejido empresarial potente y de profesionales que han alcanzado una formación y han adquirido un compromiso con el territorio.**
- **El impulso y la puesta en valor del paisaje como elemento integrador de recursos y modalidades turísticas, e igualmente, como un recurso en sí mismo.**
- **El apoyo a la calidad integral en los destinos turísticos y la innovación como he-**

**rramientas modernizadoras capaces de posicionar a Andalucía como destino de referencia en el panorama internacional.**

- **El otorgar una especial importancia a una planificación exhaustiva de toda intervención y gestión de las actuaciones turísticas en el territorio andaluz.**
- **La apuesta por la generación de espacios para la participación y la codecisión, espacios en los que todas las personas intervinientes importan y aportan conocimiento y experiencia.**
- **La búsqueda de una oferta complementaria diversa y adaptada, abierta a una amplia variedad de turistas que no solo buscan el sol y playa como fin último para visitar Andalucía.**

El PCTA 1420, como plan ejecutor de todas las actuaciones vinculadas a la calidad, la excelencia, la sostenibilidad, la innovación, la formación y la accesibilidad en el ámbito turístico, asume la responsabilidad de poner en marcha aquellos mecanismos que permitan impulsar estas áreas de trabajo, teniendo en cuenta estos referentes y estos hitos que marcan un camino común a seguir y una senda para trabajar juntos.

Siguiendo estas pautas, el PCTA1420 asumirá aquellos temas transversales y comunes a toda la planificación turística que nazcan de la Consejería de Turismo y Comercio, prestando además especial ayuda a aquellos proyectos que trabajen en segmentos turísticos innovadores y emergentes que contribuyan a combatir la especial coyuntura económica en la

que nos encontramos, y que por tanto coadyuven a:

- **La ruptura de la estacionalidad a la que está sometida el sector turístico andaluz**, generando flujos de turistas motivados por sectores distintos al sol y playa.

- **La regeneración de áreas productoras locales como fuentes de materias primas y recursos de primerísima calidad.**

- **La generación, de nuevas corrientes de empleo cualificado y de calidad**, ya que apuesta por la formación de profesionales y la creación de sinergias entre sectores productivos turísticos o no, que permitan disfrutar de la actividad turística durante todo el año.

Los Principios Rectores que guían el Plan General de Turismo Sostenible serán asumidos, por tanto, por el Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020 siendo complementados con aquellos que, de carácter más instrumental y específicos son tratados en el punto 3.3 de este documento.

### 2.3. Agenda por el Empleo. Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad.

Además de los documentos mencionados como puntos claves en la elaboración del presente plan, otro referente a nivel comunitario es la Agenda por el Empleo, Plan Económico de Andalucía 2014-2020, Estrategia para la competitividad. Este marco referencial establece distintas líneas de actuación encaminadas a alcanzar una serie de objetivos marcados por la Unión Europea en la Estrategia 2020.

Muchos de estos objetivos comunitarios se corresponden y armonizan con las metas fijadas por la Consejería de Turismo y Comercio en este, su III Plan de Calidad Turística, lo que se considera esencial a la hora de establecer una coordinación en el trabajo y propósitos de las distintas administraciones públicas.

Concretamente son, los siguientes objetivos europeos, a los que el programa de actuaciones del PCTA 1420 da cumplimiento:

- **Mejorar la capacidad para desarrollar excelencia en materia de I+D, a través de la mejora de las infraestructuras de la investigación y de la formación.**

- **Promover la investigación e Innovación empresarial, así como el desarrollo de productos y servicios tecnológicos.**

- **Apoyo al uso eficaz y adopción de las TICs por las empresas, en especial pymes así como fomentar la innovación en este área.**

- **Impulsar el uso de los servicios públicos digitales, con el fin de aumentar la eficiencia administrativa, la transparencia y la calidad del servicio.**

- **Mejorar la competitividad de las pymes y su internacionalización.**

- **Promover la eficiencia de los recursos naturales. Fomentar la eficacia energética así como la producción y distribución de fuentes de energía renovables y sostenibles.**

- **Promover servicios e infraestructuras ecológicas.**

*Los Principios Rectores que guían el Plan General de Turismo Sostenible serán asumidos por el Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020.*

- **Mejorar las cualificaciones y competencias de las personas trabajadoras adaptándolas a la demanda de mercado.**

- **Mejora de la Formación Profesional.**







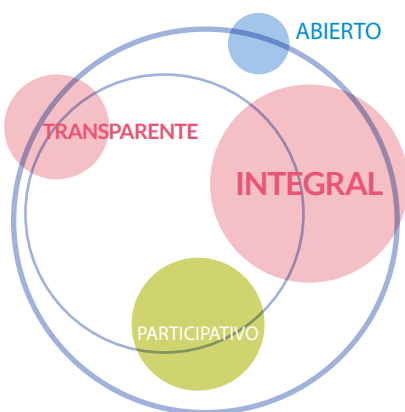
03



# Metodología

### 3.0. Metodología.

Transparencia, Participación y Codecisión son los tres criterios en los que se ha basado el proceso de elaboración de este PCTA 1420, con el fin de impulsar y fortalecer una actividad que resulta estratégica para la economía andaluza y para el desarrollo sostenible de esta región.



Para su desarrollo, se ha trabajado tanto en examinar documentos e informes objetivos, como en recoger las percepciones y propuestas del sector a través de una amplia participación de profesionales y colectivos en las diferentes jornadas, reuniones y grupos de trabajo que se han celebrado al tal efecto.

Este proceso abierto de gestión y planificación, protagonizado por la el diálogo y la participación de profesionales, instituciones y la ciudadanía en general, responde a una apuesta decidida por una nueva forma de hacer gobierno en turismo.

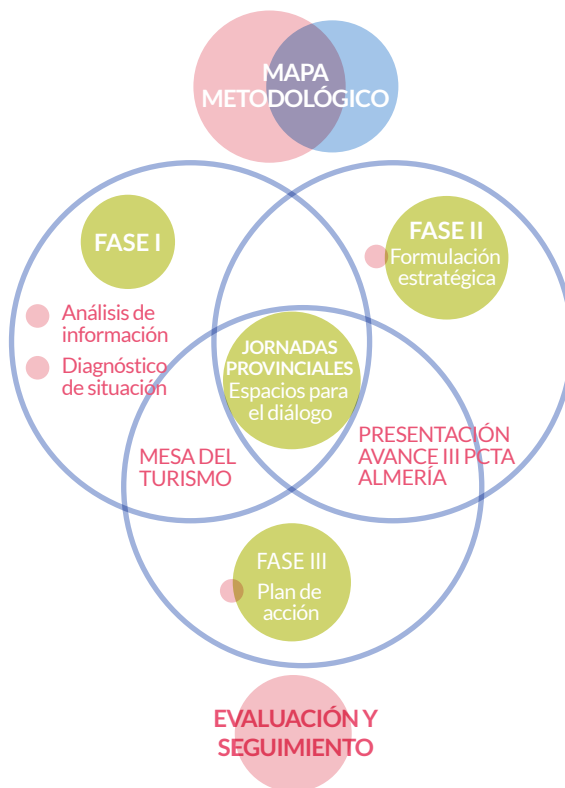
Por otro lado, la estrategia de planificación integral que se ha puesto en marcha desde la Consejería, con el objetivo de afrontar diferentes dimensiones de la actividad turística mediante una acción coordinada de planes consensuados con el sector, ha sido un referente para la unidad de criterios y del esquema de trabajo a seguir.

Partiendo de este premisa, el III Plan de Calidad incorpora todas aquellas ideas, conceptos y reflexiones procedentes de los diferentes actores presentes en estos espacios de encuentro, que enriquecen

el proceso de análisis y la formulación de estrategias.

Este planteamiento metodológico ha dado lugar a un documento altamente consensuado y cualificado donde se recogen los conocimientos, experiencias y recomendaciones de un sector profundamente interesado e implicado en la búsqueda de un turismo rentable, sostenible y de calidad para Andalucía.

A continuación se muestran las distintas fases que componen el proceso de elaboración del PCTA 1420 :



En el punto 4 se especificarán aquellos puntos de encuentro que han tenido lugar en este proceso de elaboración del PCTA 1420 y de los cuáles se ha obtenido información válida para la adaptación y mejora del mismo. Finalmente, el borrador elaborado, fue expuesto de nuevo al conjunto de los agentes implicados el 6 de febrero de 2014 en la Presentación del Avance del PCTA 1420 celebrada en Almería.

De igual forma, antes de su aprobación, ha sido sometido a la valoración de la Mesa del Turismo de Andalucía en mayo de 2014.

Si en el propio proceso de elaboración del PCTA 1420 han existido diversos puntos de encuentro, que se expondrán en el punto 4, en los que se ha obtenido información válida para su modificación y mejora una vez elaborado un borrador del PCTA 1420 y a modo de revisión final, se dicho documento fue presentado.




## Compromiso de Calidad Turística



04





# Fuentes de Información y Diagnóstico



## 4.1. Introducción.

Toda planificación necesita un punto de partida, un análisis de situación y toma de contacto con la realidad que nos rodea y nos afecta.

Partiendo de esta premisa, se ha llevado a cabo un profundo e importante ejercicio de análisis de aquellas fuentes documentales y testimoniales que proporcionan datos relevantes sobre la situación de la calidad turística en Andalucía, incluyendo un enfoque multidisciplinar que ofrece datos tanto de la oferta como de la demanda turística andaluza.

La elección de estas fuentes se ha realizado teniendo en cuenta la necesidad de obtener un diagnóstico lo más actualizado posible, donde se identifiquen los hechos y retos a los que se enfrenta el sector, con el fin de dar sentido y justificar los programas y actuaciones que van a dirigir la implantación y ejecución de este III Plan de Calidad Turística de Andalucía.

---

*Las fuentes de información consultadas son las siguientes:*

- 4.1. Balance del Plan de Calidad Turística 2010-2012.*
- 4.2. Conclusiones de la Conferencia Estratégica del Turismo. Torremolinos 2012.*
- 4.3. Reuniones y encuentros con colectivos específicos.*
- 4.4. Jornadas provinciales. III Plan de Calidad Turística 14-20.*
- 4.5. Memoria Diagnóstico Área de Estadísticas e Investigación de Mercados. SAETA.*

## FASE DIAGNÓSTICA



Cabe, por tanto, otorgar una especial mención y un lugar privilegiado, no solo a las fuentes escritas, documentales y estadísticas, que han sido objeto de estudio y análisis en esta tarea de planificación llevada a cabo, sino a todos aquellos espacios de diálogo y participación que han sido generados por la Consejería de Turismo y Comercio con el fin de llevar a cabo una toma de pulso directa al entramado turístico andaluz.

Finalmente, ha sido responsabilidad de este centro directivo, la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, reflexionar sobre estas fuentes con una visión crítica y constructiva, posibilitando un acercamiento a una serie de conclusiones integradas sobre la realidad turística andaluza que serán desarrolladas en el apartado 4.6.

Gracias a este sistema de análisis y de retroalimentación, gracias a las conclusiones

extraídas del mismo, ha sido posible la creación de un modelo de gestión coparticipado y contrastado, sustentado en datos y testimonios que argumentan y posibilitan la defensa de todas aquellas actuaciones incorporadas al presente documento.

Este modelo de gestión, generado a partir de múltiples ópticas y diversos testimonios, viene a ser un instrumento vivo, permeable y dinámico, con posibilidad de adaptarse a nuevas exigencias, si así son demandadas por el sector.

El PCTA 1420 incluye, por tanto, aquellas actuaciones que dan respuesta a las necesidades encontradas tras el análisis que se detalla a continuación, permaneciendo, al mismo tiempo abierto a nuevas posibilidades de trabajo.

*Un plan que responde a lo exigido, un plan dinámico y abierto a nuevas ideas.*

## 4.2. Evaluación Plan de Calidad Turística 2010-2012.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2010-2012, en adelante PCTA1012, trató de incorporar en sus actuaciones los principios marcados por el entonces vigente Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011, en adelante PGTSA 0811.

Este último instrumento, el PGTSA 0811, mostraba las pautas generales para el desarrollo de actuaciones en el ámbito turístico andaluz basándose en los siguientes principios:

- **El desarrollo de medios e instrumentos adecuados** para implantar fórmulas de calidad en el destino turístico en cuanto a gestión de servicios, calidad paisajística y ambiental, fomentando, entre otros aspectos, las certificaciones de calidad turística homologada.

- **La modernización y fomento de la innovación** en el tejido andaluz empresarial.
- **La mejora de la competitividad** mediante la gestión de la calidad turística.

Si bien el PCTA1012 trató de albergar la esencia de este documento guía, matriz de todos los instrumentos de planificación emanados de la entonces Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (actual Consejería de Turismo y Comercio), ampliando este espectro de principios a la Sostenibilidad y la Responsabilidad, su limitado grado de concreción en cuanto a la denominación de algunos de sus programas, finalmente, no hicieron sino dificultar en ocasiones la asignación y el análisis de muchas de sus actuaciones.

A todo esto se suma la situación de bonanza económica en la que dicho plan fue engendrado, siendo obligado posteriormente a acomodarse a un panorama bien distinto con una mayor limitación de recursos para su puesta en marcha.

En relación a su estructura, su esquema inicial estaba conformado por 3 ejes de actuación, 12 programas de trabajo y 49 actuaciones:

### EJE DE INNOVACIÓN

- Programa 01.** Índice de satisfacción.
- Programa 02.** Concentración en destinos.
- Programa 03.** Gestión del conocimiento.
- Programa 04.** Accesibilidad.

### EJE DE EXCELENCIA

- Programa 05.** Eficiencia de negocios.
- Programa 06.** Sostenibilidad medioambiental.
- Programa 07.** Producto.
- Programa 08.** Formación.

### EJE ACELERADOR

- Programa 09.** Transversalidad.
- Programa 10.** Estructuras de calidad.
- Programa 11.** Conexión con instrumentos del Estado.
- Programa 12.** Participación y consenso.

Un análisis general de los distintos ejes que lo conforman nos conducen a amplias conclusiones con respecto al mismos, destacando las siguientes actuaciones:

### EJE DE INNOVACIÓN

En este eje el concepto de innovación se desarrollaba a través de cuatro programas





enfocados a conocer la satisfacción y necesidades del cliente, a mejorar los factores que inciden en la calidad dentro de un destino, a dotar de herramientas y a favorecer las redes de transferencia de conocimiento entre los profesionales y, por último, posicionar a Andalucía como un destino accesible.

Paradójicamente este eje aglutinaba también algunos proyectos que considerándose innovadores en aquel momento hoy día constituyen pilares básicos en el ámbito de la excelencia y las buenas prácticas incluyéndose en el nuevo plan dentro del Eje de Excelencia.

Ejemplo de ello fue el impulso a los **Modelos de gestión de calidad en destino**: Considerando la figura de Destino SICTED como representativa y paradigmática a la hora de abordar un modelo de calidad turística aplicable a la globalidad de un destino turístico, puede destacarse que entre 2010 Y 2012 se incrementó de 6 a 16 el número de Destinos SICTED. Es decir, un total de 10 destinos se dieron de alta durante el período de vigencia del citado plan. Se valora en este caso como positiva la labor de impulso del IIPCTA 1012 a este modelo de gestión de la calidad integral en los destinos

#### EJE DE EXCELENCIA

El eje de excelencia avalaba el impulso para la creación de productos turísticos de alta calidad tratando de asegurar el posicionamiento de Andalucía como destino líder. Las acciones se vertebraban siguiendo la cadena de valor del servicio: sensibilizando a empresas y servicios turísticos, apoyando la implantación de sistemas de gestión, reconociendo sus esfuerzos e

identificando las mejores iniciativas que sirvieran de ejemplo y de motivación al resto del sector.

Siguiendo este mismo orden, en cuanto a las actuaciones llevadas a cabo a través de este eje cabría mencionar los siguientes resultados:

#### **Servicio de Consultoría y Asistencia Técnica para la Implantación de Sistemas de Gestión de Calidad, Medioambiental y Accesibilidad.**

Este programa se desarrolló con la colaboración de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, estando dirigido a empresas y servicios turísticos andaluces de determinados subsectores predeterminados y teniendo como objetivo general contribuir a la mejora de la competitividad del sector turístico andaluz por medio de la prestación de un servicio gratuito de consultoría y asesoramiento para la implantación de sistemas de gestión de la calidad y gestión medioambiental (en la 1ª y 2ª edición, incorporándose también la norma de accesibilidad global en la 3ª y 4ª edición) e incrementar el número de establecimientos y espacios certificados bajo determinadas normas.

En cuanto a la 3ª (2010-2011) y 4ª (2011-2012) edición correspondientes a la vigencia del IIPCTA, cabe destacar que, aunque los gastos cubiertos para el interesado cubrían exclusivamente la implantación de la norma, el objetivo final de este programa era conseguir la certificación de la empresa con una norma de calidad turística.

En concreto, el objetivo para la 3ª edición fue obtener 29 empresas certificadas consiguiéndose finalmente un resultado de

11 certificaciones. Para la 4ª edición, siendo más acusados los efectos de la recesión económica, se optó por limitar el proyecto de asistencia técnica a la certificación con la norma UNE de Accesibilidad Universal, estableciéndose un objetivo de 5 certificaciones y consiguiéndose finalmente 3.

A pesar de los esfuerzos llevados a cabo para obtener el máximo número de certificaciones al amparo de este programa, los resultados no fueron los esperados.

**Directorio de Establecimientos y Espacios Certificados:** este plan albergó la elaboración de la 5ª, 6ª y 7ª edición de este Directorio, publicación creada con el fin de reconocer y apoyar el esfuerzo que hace el empresariado andaluz por incorporar el criterio de calidad turística y ambiental en su gestión.

A lo largo de estos tres años ha habido tres ediciones del mismo, siendo las dos últimas elaboradas en formato de libro digital. En todas ellas se relacionan aquellas empresas y espacios andaluces que han obtenido alguna certificación o distinción en materia de calidad turística y / o gestión medioambiental. En concreto se han incluido las siguientes distinciones y certificaciones: Bandera Azul, Carta Europea del Turismo Sostenible, Compromiso de calidad Turística, EMAS, Etiqueta Doñana 21, ISO 14001, ISO 9001, Marca Q de Calidad Turística y Marca Parque Natural de Andalucía. Como novedad en la VI edición publicada en 2011 se incorporó la norma UNE de Accesibilidad Universal.

Si bien el Directorio se ha considerado un instrumento que pretende reconocer a aquellas empresas que trabajan bajo pre-

misas de calidad, también ha constituido un instrumento de medición que ha permitido a la consejería valorar de manera aproximada la evolución que han experimentado las certificaciones en Andalucía en este período.

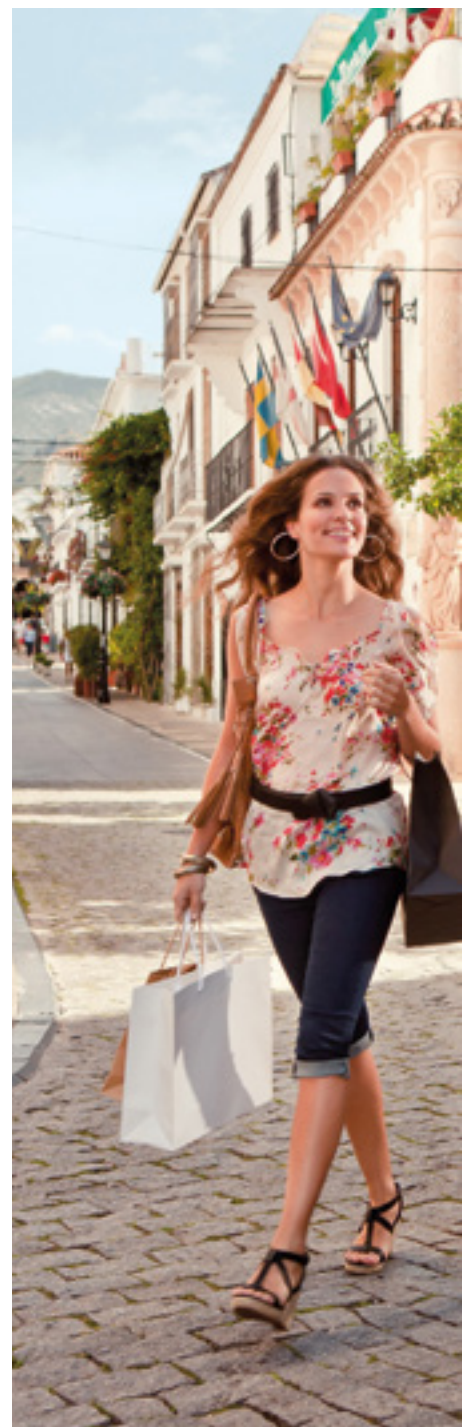
Teniendo en cuenta estos datos las certificaciones registradas en el Directorio muestran que el número de certificaciones contabilizadas a través de este medio previamente a la puesta en marcha del PCTA1012 era de 1636, incrementándose a 1732 durante el primer año de vigencia del citado plan, es decir, durante 2010.

En 2011 se experimenta una importante recesión de estas certificaciones motivada principalmente por la compleja situación económica atravesada en dicho ejercicio así como por la suspensión de ayudas concedidas por esta consejería para la implantación de sistemas de calidad turística.

En 2012, comienza nuevamente a ascender el número de certificaciones registradas en el Directorio llegándose a alcanzar la cifra de 1597.

De manera genérica se puede concluir, viendo los resultados relativos a las certificaciones, que se sufre un descenso importante de las mismas en el momento que cesan las ayudas económicas promovidas por el PCTA1012 para la certificación con normas y distintivos de calidad.

Se estima, teniendo en cuenta además la situación de precariedad económica atravesada, que no fueron del todo efectivas las campañas de concienciación orientadas al empresariado que perseguían establecer como un compromiso voluntario,





propio y con continuidad en el tiempo, el mantenimiento de las certificaciones en materia de calidad.

### Banderas Azules

Anualmente, la Consejería de Turismo y Comercio colabora con ADEAC (Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor), única entidad autorizada para desarrollar el Programa Bandera azul en España, en la campaña de Bandera Azul, tanto en la financiación, como en el desarrollo de la campaña (recepción de candidaturas, asistencia al jurado nacional, participación en el acto de entrega.

Desde 2009 hasta 2012 nuestra comunidad es la que ha ostentado un mayor número de kilómetros de playas distinguidos con Bandera Azul, contando en 2012 con un total de 116,32 de los 387,29 kilómetros de playa galardonados en España, lo que supone un 30,04 % del total.

Si bien el PCTA1012 parte a comienzos de 2010 de 70 playas distinguidas con Bandera Azul en Andalucía, 13 puertos y 8 Centros Azules, a finales de 2012 se alcanza la cifra de 77 playas, 16 puertos deportivos, 2 senderos azules y 7 centros azules galardonados con este distintivo.

A pesar de estos resultados, aunque se trata de una evolución positiva de los mismos, no pueden ser considerados óptimos teniendo en cuenta la vigencia de un plan que apoya estas iniciativas.

### Comités Técnicos de Normalización y de Certificación

El objetivo de estos comités es la creación y modificación de Normas UNE

de Calidad Turística promovidas por el Instituto de la Calidad Turística (ICTE) y la Agencia de Normalización Española (AENOR).

Durante el período de vigencia del IIPCTA se ha colaborado como miembro dentro de diversos comités tanto para trabajos nacionales (normas UNE) como internacionales (normas ISO), referidos a diversos segmentos específicos vinculados a la actividad turística. En concreto, durante este ejercicio se ha colaborado en los siguientes comités:

**CTN 188/SC9** Campos de Golf.

**CTN 302/GT1** Turismo Industrial.

**CTN 188/SC3** Turismo Activo.

**CTN 187/SC1** Playas.

**CTN 187/SC2** Espacios Naturales Protegidos.

**CTN 186** Establecimientos y Servicios Turísticos para la Salud a través del agua.

**CTN 182** Hoteles y Apartamentos Turísticos.

### Proyecto Anfitriones

El proyecto Anfitriones del Turismo, enmarcado dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 en su eje Valor al Cliente, programa Calidad Percibida, nace con el fin de mejorar la calidad de las empresas y destinos turísticos para satisfacer de forma correcta las expectativas de la persona turista más exigente.

La Consejería de Turismo y Comercio, a través de sus Delegaciones Territoriales, colabora con esta iniciativa en la difusión e impulso de sus programas formativos Cultura del Detalle y Destino del Detalle, destinados a personas profesionales del sector y de la administración local, respectivamente.

Los resultados obtenidos para el Programa Anfitriones en la comunidad andaluza reflejan en 2012 un total de 46 personas participantes aprobados, siendo 39 de ellos pertenecientes al Programa Cultura del Detalle, y formando parte los 7 restantes del programa Destino del detalle. Estos resultados llevan a Andalucía a ostentar ese año, el segundo puesto, después de Galicia, en número de aprobados dentro del Programa Anfitriones.

### Escuela de Turismo de Andalucía.

La Escuela Oficial de Turismo de Andalucía (E.O.T.A) creada por el Decreto 35/1996 de 30 de Enero tienen entre sus funciones las de ejercer la tutela y supervisión de acuerdo con las disposiciones vigentes de las enseñanzas tendentes a la obtención del título de Técnico de Empresas y Actividades Turísticas (T.E.A.T) en el ámbito de Andalucía.

Como consecuencia de ello y desde el curso 1996/1997, la Escuela Oficial de Turismo de Andalucía tiene encomendada la realización de las pruebas de evaluación final para la obtención del Título de Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, siendo establecida la última convocatoria para la obtención de este título en junio de 2013.

Actualmente, las enseñanzas de los estudios superiores de turismo se han incorporado a la Universidad viéndose reducidas, por tanto, las funciones de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo al no existir exámenes convocados por este centro directivo.

Se sigue gestionando, sin embargo, el Registro de Títulos de Técnicos de Empresas

y Actividades Turísticas. En concreto, para este servicio durante 2012, se han llevado a cabo las gestiones necesarias para que dichas títulos puedan ser entregadas en 2013, a través de las distintas Delegaciones Territoriales de esta consejería, todo ello tras la correspondiente publicación en BOJA de la modificación de la orden que los regula.

### Hotel Escuela Santo Domingo de Archidona.

En el campo de la formación ocupacional las enseñanzas correspondientes a los programas de Formación Profesional que incluyen las ocupaciones profesionales más importantes del sector de la Hostelería se imparten en el Hotel Escuela de Santo Domingo de Archidona (Málaga) a través de un Plan de Alta Hostelería de dos años de duración.

Para las promociones 2010-2012 y 2011-2013 se han impartido en este centro las siguientes especialidades del sector de Hostelería, con el siguiente alumnado matriculado en cada uno de ellos:

Especialidad Jefe/a de Sala/ Maître: 28  
Especialidad Jefe/a de Cocina: 38  
Especialidad Jefe/a de Recepción: 31  
Especialidad Alojamiento Rural: 4

### Andalucía Lab

El Proyecto Andalucía Lab, Centro de Innovación Turística de Andalucía, que inició su andadura en noviembre de 2009 contempla entre sus principales objetivos el impulso de la investigación, la generación y transferencia del conocimiento, la integración de las nuevas tecnologías, el dise-

ño y la optimización de las herramientas 2.0 y la diversidad de soluciones tecnológicas para destinos, pymes y micropymes turísticas.

También trabaja en la búsqueda y mejora de herramientas de trabajo que contribuyan a la puesta en valor de nuevas oportunidades de negocio en el ámbito turístico, a la mejora de la reputación de las empresas del sector y al impulso de nuevos modelos de gestión empresarial, bajo las premisas de generar y compartir conocimiento. En definitiva Andalucía Lab trata de contribuir a la actividad turística con todos aquellos instrumentos que permitan hacer de Andalucía un referente en innovación, creatividad y rentabilidad.

### Las áreas principales que Andalucía Lab ha trabajado en este periodo han sido las siguientes áreas.

Transferencia de conocimiento.  
Consultoría y prestación de servicios de valor añadido.  
Demostraciones tecnológicas.  
Labores de investigación en proyectos consorciados.  
Estudios de adaptación de nuevas tecnologías.

### Transferencia del conocimiento

Este área está constituida por todas aquellas actuaciones y recursos que tratan de transmitir conocimientos en el ámbito de la innovación aplicada al turismo.

Se trata de cursos prácticos en los que los empresarios han podido implementar en directo soluciones a partir de las instrucciones recibidas por parte del personal profesional





que ha impartido los talleres. En 2012 se han llevado a cabo 80 acciones formativas en 16 localidades andaluzas contribuyendo a formar gratuitamente a más de 2.000 profesionales en el manejo de herramientas de trabajo innovadoras de elevada utilidad para la gestión de empresas turísticas.

Dentro de este programa se han registrado además 70.000 consultas online al Centro.

### **Consultoría y prestación de servicios de valor añadido.**

En el ámbito de la consultoría, y atendiendo a la demanda del sector, se pusieron en marcha las Semanas de Consultoría, iniciativa bajo la cual, el personal consultor de Andalucía Lab atendía, una semana al mes a todas las personas profesionales que necesitaban obtener asesoramiento ge-

neral o específico respecto a su negocio. De forma totalmente gratuita se ofrecía un servicio de consultoría sobre alguna de las 8 temáticas propuestas: Marketing de contenidos, Iniciación en Redes Sociales, Reputación de marca en Internet, Gestión de canales de distribución de empresas turísticas, Comercio electrónico y presencia digital, Posicionamiento en buscadores (SEO), Construcción de guías turísticas para dispositivos móviles y Analítica Web.

Durante este el año 2012 se desarrollaron 9 semanas de consultoría en las que se prestaron más de 200 asistencias personalizadas.

### **Demostración tecnológica.**

Las instalaciones de Andalucía Lab albergan un espacio especialmente diseñado para actuar como centro de demostración tecnoló-

gica. Este espacio consta de 8 escenarios que recrean las distintas etapas con las que se encuentra la persona turista durante su viaje: preparación del mismo, alojamiento en destino y práctica de actividades de ocio y culturales.

La información turística y las soluciones de accesibilidad han sido las temáticas principales del Demo Lab durante el primer semestre de 2012, que en la segunda mitad del año ha estado trabajando para incorporar nuevas tecnologías, así como nuevos grupos de investigación, Centros Tecnológicos y empresas proveedoras dispuestos a participar con sus tecnologías, productos y servicios.

### **Labores de investigación.**

Tres han sido los proyectos de esta naturaleza en los que el Centro ha participado en el 2012:

### Ecotur

En el año 2012 se ha iniciado la ejecución de un nuevo proyecto denominado ECOTOUR. Este proyecto ha sido financiado a través de la convocatoria del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores y está liderado por el Instituto Andaluz de Tecnología (IAT).

### Contur

Por otro lado, durante el 2012 se ha finalizado el proyecto CONTUR, proyecto singular estratégico cofinanciado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

CONTUR ha desarrollado una plataforma de gestión de contenidos que permite filtrar, catalogar, agregar, fusionar e integrar contenidos turísticos dispersos en la Web (ej. páginas personales, redes sociales, catálogos institucionales, etc.).

### Realidad aumentada aplicada a destinos y productos turísticos.

Este proyecto forma parte de la convocatoria del programa de Fondos Tecnológicos y ha tenido como principal objetivo el diseño, desarrollo y validación de un sistema de visualización tridimensional de realidad aumentada multicanal, que permitía el acceso a información contextual e inmediata, apoyada en elementos hardware como pueden ser visores, proyectores o dis-



positivos móviles y que posibiliten la inmersión del usuario en un entorno y en tiempo real.

### Estudio y adaptación de nuevas tecnologías.

Durante el 2012 este laboratorio ha centrado sus investigaciones en dos tipos de tecnologías:

Visión artificial para el análisis del comportamiento del cliente en entornos comerciales y turísticos (conteo por zonas de paso, gestión de colas de clientes, etc.). Esta tecnología permite realizar una monitorización en un entorno físico del flujo de personas, todo ello en tiempo real.

Tecnología de identificación por radio frecuencia (RFID). Esta tecnología permite dotar a ciertos ítems de un identificador en forma de taque, en combinación con un lector, conforman un sistema de identificación por radiofrecuencia. Entre las posibles aplicaciones que se han estudiado en el sector turístico se encuentra la gestión logística en hoteles o la identificación de personas. Los resultados de esta vigilancia tecnológica han sido incorporados al centro de demostración tecnológica y son mostrados a los profesionales que lo visitan.

### EJE ACELERADOR.

El eje acelerador trataba como temática principal la conjunción de todos los esfuer-

zos públicos y privados y la transferencia del conocimiento desde estructuras ya consolidadas hasta los negocios turísticos andaluces. En un intento de aprovechar los recursos de las diferentes administraciones, perseguía que los intereses de Andalucía fueran tenidos en cuenta y, a su vez, fueran involucrados en los desarrollos metodológicos más vanguardistas. A su vez, buscaba la participación y el consenso entre todos los agentes que intervienen de forma directa o indirecta en el turismo de Andalucía.

Jornadas, encuentros y espacios para el diálogo fueron los principales protagonistas de este eje de trabajo.

#### **Foro de accesibilidad y turismo.**

El 16 de febrero de 2012 se celebra en Marbella el primer Foro de Accesibilidad y turismo organizado por Andalucía Lab dirigido a profesionales del sector, entes promocionales, sector académico, organizaciones y personas con discapacidad.

Los objetivos principales de tal evento fueron:

- Proporcionar a las empresas y profesionales del sector turístico una visión general sobre qué es el turismo para todos, cuál es su potencial económico y sus ventajas competitivas.
- Dar a conocer casos de éxito de destinos y servicios turísticos accesibles que nos sirvan como referencia para nuestras estrategias.

- Romper falsos mitos sobre la accesibilidad que dificultan el desarrollo del turismo para todos y su rentabilidad.

- Dotar a los asistentes de conocimientos prácticos que les permitan mejorar la accesibilidad de sus destinos y servicios turísticos.

Todos estos objetivos se plasmaron en el desarrollo de intervenciones plenas, mesas redondas y de trabajo y visitas a las instalaciones DemoLab de Andalucía Lab, espacio donde se ponen en práctica todas aquellos avances de innovación tecnológica que presentan importante incidencia en la actividad turística.

#### **Jornadas sobre Accesibilidad Turística: Turismo Accesible: un nuevo yacimiento de empleo.**

El 14 de marzo de 2012 se celebran en el Hotel Rural Accesible Sierra Luz de Cortegana (Huelva) las Jornadas sobre Accesibilidad Turística denominadas El Turismo Accesible en Portugal y Andalucía: potencia para el empleo.

Dentro de la programación de dicho evento se expuso el proyecto Turismo Accesible: un nuevo yacimiento de empleo, proyecto enmarcado dentro del programa Euroempleo financiado por el Servicio Andaluz de Empleo y el Fondo Social Europeo, y llevado a cabo por la Asociación Paz y Bien.

La razón principal de tal cita fue la difusión de las grandes potencialidades del "turis-

mo para todos" y su relevancia en la creación de empleo así como la exposición de las conclusiones obtenidas a raíz de la labor difusoria y el trabajo de campo que se ha venido desarrollando por la citada asociación en lo referente a estas temáticas.

#### **Foro de Sostenibilidad y Turismo.**

El 16 de marzo de 2012 se celebra en la sede de Andalucía Lab (Marbella) el Foro sobre sostenibilidad y Turismo, encuentro en el que se destaca la importancia de la incorporación de criterios de sostenibilidad a la gestión turística empresarial.

En dicho encuentro se llevan a cabo ponencias en base a las siguientes materias: Nuevas fórmulas de alojamiento sostenible, eficiencia energética en instalaciones turísticas y turismo responsable como estrategia de diferenciación para hoteles.

#### **Conferencia Estratégica Andalucía, Nuevas Ideas.**

El 13 de noviembre de 2012 se celebra en Torremolinos (Málaga), la Conferencia Estratégica Andalucía Nuevas Ideas, evento al que fueron invitados todos los agentes implicados en la actividad turística andaluza tanto del ámbito público como del sector privado.

El sistema de trabajo que planteó este evento, basado en el diálogo y la codecisión, se basó en mesas de trabajo enfocadas de forma específica a cada uno de los subsectores que integran la actividad turística en Andalucía.

En concreto, la DGCIFT encargada de gestionar la Mesa de Trabajo relativa al Turismo Gastronómico, elaboró un documento diagnóstico sobre el mercado turístico gastronómico en Andalucía, documento del cual se extrajeron una serie de retos en base a los cuales se trabajó y se realizaron propuestas consensuadas por parte de los invitados al acto.

Se puede disponer de la documentación relativa a tal evento a través de la siguiente página web:

[www.turismonuevasideas.org](http://www.turismonuevasideas.org).

Finalmente, cabe destacar la importancia de algunas de las actuaciones planteadas en origen en el PCTA 1012 que no fueron desarrolladas por el mismo y que, debido a su importancia y a considerarse proyectos con carácter social y de interés general, tales como las actuaciones vinculadas a la Accesibilidad Turística y la Defensa de las Personas Usuarías Turísticas, son retomadas en el Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020.



### 4.3. Conferencia Estratégica. Turismo, Nuevas Ideas Torremolinos 2012.

Concebida como un primer espacio de diálogo y participación, la Conferencia Estratégica del Turismo celebrada en Torremolinos en noviembre de 2012 se ha convertido en un hito clave presente en todo el proceso de planificación turística iniciado por la Consejería de Turismo y Comercio.

Este encuentro amparado bajo el marco establecido por el IV Pacto Andaluz por el Turismo, inaugura un período de aproximación que define la política turística a seguir durante la presente legislatura en el ámbito de la concertación social.

Este encuentro, estructurado en diez grupos de trabajo en torno a los segmentos turísticos más relevantes de nuestra región, concentró a los principales agentes que intervienen en la actividad turística de Andalucía desde sus diferentes vertientes:

- **Sol y Playa**
- **Cultural**
- **Rural - Naturaleza**
- **Congresos y Reuniones**
- **Cruceros - Náutico**
- **Salud y Belleza**
- **Deportivo**
- **Enológico - Gastronómico**
- **Idiomático**
- **Microproductos y segmentos emergentes**

La dinámica de trabajo combinaba sesiones plenarias y grupos de debate simultáneos por cada uno de los segmentos convocados, donde se reflexionó sobre los distintos temas a los que se enfrenta la actividad turística en Andalucía.

Para su óptimo desarrollo, previamente, el personal técnico de la Consejería elaboró y puso a disposición de las personas asistentes un documento base, abierto y propositivo, que recogía los hechos, posibles retos y propuestas de actuación de cada uno de los segmentos, con el fin de dirigir e instrumentar adecuadamente el debate.

Las conclusiones obtenidas han sido una valiosa fuente de información para la elaboración y diagnóstico de la situación y evolución del sector turístico andaluz, integrándose en los diferentes Planes que se están llevando a cabo desde la Consejería.

Aspectos como la calidad, la innovación o la formación, han sido protagonistas en muchos de estos debates como elementos transversales de la actividad turística que requieren un tratamiento específico.

En este contexto, el PCTA 1420 incorpora aquellas conclusiones que han sido especialmente significativas para la determinación de los objetivos y estrategias que van a regir la planificación turística en materia de calidad e innovación durante los próximos años.

Una vez más, se pone de manifiesto la necesidad de trabajar en calidad para consoli-

*Una vez más, se pone de manifiesto la necesidad de trabajar en calidad para consolidar a Andalucía como destino competitivo y líder en turismo.*

dar Andalucía como destino competitivo y líder en turismo.

#### **La Calidad y la Innovación en la Conferencia Estratégica del Turismo: Análisis por Segmentos.**

El estudio de la información generada por los grupos de trabajo que se dieron cita en la Conferencia, nos muestra cómo la calidad de los productos turísticos, la cualificación del capital humano o la aplicación de nuevas tecnologías, surgen a menudo entre las debilidades o limitaciones expresadas por las personas profesionales de los principales segmentos que configuran la actividad turística de Andalucía. Esto justifica la necesidad de actuar sobre estos elementos para convertirlos en valores estratégicos de la diferenciación y competitividad de los destinos.

Un análisis desagregado por segmentos de los resultados obtenidos en la jornada, ha revelado una interesante información sobre aquellos aspectos que, directamente relacionados con las materias que comprende el PCTA 1420, permiten argumentar y explicar la elección de las estrategias y actuaciones propuestas más adelante.



04

Así, en las conclusiones obtenidas en el segmento de **Sol y Playa**, principal motor de la actividad turística en Andalucía, se reconoció que a pesar del alto grado de fidelización y la óptima valoración del litoral andaluz por parte de la demanda, el deterioro medioambiental que sufren un elevado número de destinos a causa de un desordenado y excesivo urbanismo, repercute en la calificación global del entorno.

Esta realidad conduce a la necesidad de intensificar los esfuerzos para gestionar de forma adecuada la calidad de los destinos, y concebir ésta como un elemento diferenciador e integral.

Trabajar en proyectos poco costosos para las empresas y los destinos, tales como el SIC- TED, así como reforzar las actuaciones sobre sostenibilidad aplicando normas que protejan el destino y su paisaje para diferenciar la oferta y concienciar a la sociedad en general

sobre la importancia de la calidad, fueron algunas de las propuestas que se plantearon en el seno de este grupo de trabajo.

Igualmente, incorporar la tecnología a la oferta de sol y playa, dotando a ciertos puntos de WIFI gratuito y utilizar las redes sociales como motor de venta, fueron algunos de los retos planteados en materia de innovación.

Entre los retos formulados por la mesa de **Turismo Cultural**, se subrayó en materia de innovación la importancia de fomentar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el segmento, y adecuar los entornos de los espacios turísticos de las ciudades monumentales a la nueva persona turista 2.0.

En el debate del segmento de **Salud y Belleza**, también se puso de manifiesto la necesidad de diferenciar el producto a

través de la calidad, acometiendo para ello actuaciones que mejoren la formación y cualificación de los recursos humanos, así como definir estándares de calidad que permitan establecer un marco estratégico de referencia.

El grupo de trabajo de **Turismo Deportivo** destacó la necesidad de innovar para adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda, y apostar por la sostenibilidad en la creación, uso y gestión de la oferta de turismo deportivo.

Mejorar la calidad y diversidad de los alojamientos ofrecidos a la demanda de **Turismo Idiomático**, fue uno de los retos acordados por las personas participantes de este grupo de trabajo, proponiendo para ello, crear una estructura de trabajo que mejore la situación de estos establecimientos, ampliando y reconvirtiendo su oferta. En relación al uso de nuevas tecnologías, se resaltó la creación de una web específica

de turismo idiomático, y sobre accesibilidad, se propuso la creación de productos accesibles en colaboración con los hoteles.

Uno de los segmentos donde más apreciaciones se hicieron en materia de calidad, fue el de **Turismo Náutico**. Entre sus conclusiones se señaló la necesidad de fomentar las marcas de calidad y potenciar la adhesión a las certificaciones oficiales que añadan valor a nuestros destinos turísticos (Carta Europea de Turismo Sostenible, Manifiesto Náutico de Turismo Sostenible). Asimismo, promover acciones de formación profesional, necesarias para el sector náutico y de cruceros, se convierte en uno de los principales retos de este sector.

**El turismo gastronómico o el industrial son segmentos de gran interés para combatir la estacionalidad y diversificar la oferta turística de Andalucía.** En cuanto a las conclusiones obtenidas en el ámbito del Turismo Rural y de Naturaleza, se subrayó la importancia de invertir en sostenibilidad, minimizando el impacto turístico en el medio rural y los espacios protegidos, y fomentando el uso de energías renovables y la eficiencia energética. Igualmente, se destacó la importancia de proteger y promover lo auténtico de los espacios, haciéndolo compatible con la profesionalización del capital humano.

La profesionalización de las personas que trabajan en el segmento de **Congresos y Reuniones**, fue uno de los grandes retos aceptado por las personas participantes, con un importante número de aportaciones recibidas, tales como, fomentar una formación especializada adaptada a

las necesidades de los trabajadores y empresas. En menor medida, la innovación también fue uno de los aspectos tratados en el seno de la reunión, destacando la importancia de impulsar el uso de nuevas tecnologías y potenciar las redes sociales para mejorar la comercialización de los destinos y crear nuevos productos.

El debate sobre **Microproductos y Segmentos emergentes** giró en torno a una serie de segmentos que tienen un menor impacto en la actividad turística, pero que reúnen una serie de potencialidades que favorecen su impulso y desarrollo.

Este grupo resulta de especial interés para el PCTA 1420 en su apuesta por el impulso y desarrollo de proyectos vinculados a segmentos turísticos emergentes o no prioritarios en Andalucía, como son el Turismo Gastronómico y el Turismo Industrial.

En este contexto, las propuestas planteadas por las personas participantes estuvieron orientadas a la importancia de fomentar sinergias entre segmentos, para crear productos que ayuden a diversificar la oferta y reducir la estacionalidad.

Otras consideraciones alcanzadas relacionadas con las materias que aborda el PCTA 1420, versaron sobre aspectos como:

- Actuar y potenciar las redes sociales de forma microsegmentada y complementaria.
- Incentivar la creación de espacios turísticos sostenibles, desarrollando proyectos de coparticipación en procesos de innovación y creando sinergias entre segmentos.

*El turismo gastronómico o el industrial son segmentos de gran interés para combatir la estacionalidad y diversificar la oferta.*

- Promocionar la modernización y la innovación en las empresas especializadas en segmentos emergentes y microproductos.
- Reforzar y ampliar la formación mediante fórmulas innovadoras y creativas, aprovechando los recursos disponibles (Andalucía-Lab).

El Turismo Gastronómico tuvo su tratamiento específico en una mesa denominada inicialmente Turismo eno-gastronómico. Las más de 100 propuestas realizadas sobre esta alternativa turística pusieron de relieve las posibilidades de este segmento en Andalucía y su capacidad de convertirse en un recurso susceptible de ser una de las principales motivaciones a la hora de visitar la comunidad. Sus efectos para combatir la estacionalidad son clave para ser tenido en cuenta como atractivo turístico de primer orden.

Profesionalizar el sector, fomentar el desarrollo sostenible de los destinos gastronómicos emergentes y consolidados o crear sinergias con otros segmentos turísticos, fueron algunos de los desafíos planteados por esta mesa de trabajo, para lo cual, se acordaron de forma consensuada las siguientes propuestas generales:

- Aprovechar las distintas temporadas de producción de los productos gastronómicos



para romper la clásica estacionalidad del turismo andaluz y fomentarlas mediante la creación de un catálogo calendarizado donde se recojan todas las rutas, ferias, eventos, etc. vinculados con la gastronomía.

- Redefinir y adaptar la oferta formativa de escuelas de hostelería incidiendo en la realidad gastronómica andaluza y favoreciendo las certificaciones profesionales específicas del sector (máster en gastronomía, títulos de expertos, posgrados, cursos de especialización).
- Fomentar desde los centros formativos y educativos el conocimiento y la importancia de la gastronomía andaluza.
- Regularización de los establecimientos de restauración donde se utilicen productos propios de nuestra región y elaboración de estudios e investigaciones sobre la oferta y la demanda.
- Creación de una plataforma on-line que dé difusión a los diferentes productos turísticos gastronómicos y albergue las funciones de central de reservas. (catálogos calendarizados).
- Otorgar a “Andalucía sabor” un carácter itinerante para apoyar el desarrollo turístico de cada provincia.

ciones, que se centraron principalmente en la necesidad de fomentar la coordinación y colaboración interadministrativa y el asociacionismo empresarial, impulsar el uso de las tecnologías de la información y comunicación en los diferentes segmentos para potenciar la competitividad, y aplicar criterios de sostenibilidad en la gestión de los destinos, los productos y la oferta.

El éxito de esta iniciativa ha radicado en el formato eminentemente participativo que caracterizó la jornada, cuyas conclusiones han marcado las directrices de la planificación turística de los próximos años. Además, la web de [turismonuevasideas.org](http://turismonuevasideas.org) ha dado continuidad a esta estrategia de planificación, creando un espacio de información, participación y codecisión permanente para la ciudadanía, donde convergen las ideas y proyectos de quienes pretenden hacer del turismo una actividad sostenible y de calidad en Andalucía.

*La coordinación y colaboración interadministrativa es una necesidad fundamental para la totalidad de los segmentos.*

Por otro parte, se decidió adoptar el concepto de gastronómico en lugar de enogastronómico por ser más amplio en su acepción y englobar otros sub-segmentos como vinos, aceites, etc.

Finalmente, la mayoría de los grupos coincidieron en una serie de considera-



## 4.4. Colectivos Específicos.

### Puntos de Encuentro.

Dejando puertas abiertas a nuevas propuestas de trabajo, posibilitando el intercambio de ideas y dando la mano a nuevas y continuas fórmulas de colaboración, varios son los puntos de encuentro en los que la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo ha hallado iniciativas que refuercen lo relativo a la protección de personas usuarias de servicios turísticos y a la consecución de un turismo accesible para tod@s.

Protección y Accesibilidad serán, por tanto, dos conceptos de gran influencia en esta nueva edición del PCTA 1420. Por un lado, porque nos encontramos ante una sociedad cada vez más exigente y concienciada que reivindica igualdad de oportunidades y derechos para todos aquellos y aquellas que desean viajar independientemente de si conviven o no con una discapacidad. También, porque existen más de 500 millones de personas con discapacidad en el mundo y no tendría razón de ser crear un Plan de Calidad excluyente o limitador de derechos básicos y fundamentales.

Por otro lado, en cuanto a la protección de la persona turista, numerosas son las voces que se posicionan entorno a la idea de reforzar y facilitar garantías de seguridad para aquellas personas que nos visitan.

La resolución efectiva y rápida de conflictos en el ámbito de la prestación de servicios turísticos hacen de Andalucía un destino seguro, garante de los derechos de las per-

sonas usuarias de servicios turísticos, amable y hospitalario. Destino al que, sin lugar a dudas, se desea volver.

Teniendo en cuenta lo anterior, varios son los encuentros mantenidos con distintos colectivos en aras de proyectar posibles actuaciones conjuntas que coadyuven a un desarrollo turístico socialmente más sostenible.

#### **Colectivos vinculados a la Protección de los Derechos de las personas usuarias turísticas.**

Durante 2013 se llevan a cabo diversos encuentros con representantes de la Secretaría General de Consumo de la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales a fin de proponer ideas para articular futuras actuaciones y proyectos en común.

La figura de la Unidad para la Defensa al Turista recogida en la Ley 13 de 23 de diciembre de 2011 del Turismo en Andalucía así como los numerosos aspectos en común que afectan tanto a la administración competente en materia de Consumo como a la Consejería de Turismo y Comercio ponen de manifiesto la inminente necesidad de colaboración entre ambas instituciones. Incrementar la protección de la persona turista en Andalucía, así como aquellos mecanismos que posibiliten la resolución rápida y eficaz de conflictos constituyen aspectos contemplados en el presente plan.

En esta misma línea, el 11 de julio de 2013 se firma el Acuerdo por la Excelencia de Andalucía como Destino Turístico entre la Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa (AI-ANDALUS), la Federa-

ción de Asociaciones de Consumidores y Usuarios en Acción (FACUA), la Unión de Consumidores de Andalucía (UCA-UCE) y la Consejería de Turismo y Comercio. Este acuerdo establece un compromiso entre todas las partes firmantes para desarrollar actuaciones encaminadas a la protección de las personas usuarias de servicios turísticos en Andalucía.

*En el mundo hay más de 500 millones de personas con discapacidad, lo que equivale a un 10 por ciento de la población mundial. ONU.*

#### **Colectivos de Personas con Discapacidad.**

En 2013 se llevan a cabo encuentros con colectivos representativos de personas con discapacidad que ponen de manifiesto y reivindican una mayor implicación de la Consejería de Turismo y Comercio en esta materia dando lugar por parte de este centro directivo a la adquisición de un compromiso de trabajo firme en este área, plasmado en un Programa específico sobre Accesibilidad que se incorpora al PCTA 1420.

#### **Jornadas Técnicas de Trabajo Andalucía, Paisajes con Sabor.**

La Consejería de Turismo y Comercio en un intento de llevar a la práctica las conclusiones y propuestas obtenidas en el grupo de trabajo sobre Turismo Gastronómico creado para la Conferencia



*Estratégica. Turismo Nuevas Ideas*, comienza un proyecto de trabajo relevante que involucra a todos aquellos sectores y establecimientos que pueden participar de posibles rutas y productos gastronómicos por Andalucía.

Así, el 13 de marzo de 2013 tienen lugar las **Jornadas Técnicas de Trabajo sobre Itinerarios Gastronómicos Andalucía, Paisajes con Sabor**. Este encuentro reúne en el Hotel Escuela-Convento Santo Domingo de Archidona a una gran representación del sector turístico andaluz vinculado de manera específica a la gastronomía autóctona y de calidad. Restauradores, denominaciones de origen, agricultores, industrias agroalimentarias y portavoces del consumo ético y ecológico en Andalucía, se dieron cita en este encuentro que pretendía dar un primer paso hacia la creación de rutas y productos turísticos gastronómicos que incorporen estándares de calidad tanto en sus procesos de gestión como en la materia prima que trabajan.

Se llevaron a cabo cuatro mesas de trabajo en las que se trató de representar a la gran variedad de productos gastronómicos andaluces y a los distintos paisajes y territorios a los que estos productos están unidos de forma inamovible.

*Andalucía, del Mar y la Tierra.*  
*Andalucía, Tierra de vinos.*  
*Andalucía, Mediterránea.*  
*Andalucía, Serrana.*

De entre las conclusiones generales de este encuentro se destacan las siguientes:

- Otorgar una mayor importancia a los productos gastronómicos de calidad.
- Apostar por productos autóctonos y basados en la producción ecológica.
- Generar sinergias con sectores complementarios como el Turismo Industrial.
- Aumentar la cooperación público-privada en torno a estos productos turísticos.

Este primer encuentro en Archidona abrió la puerta y dio comienzo a una serie de ocho Jornadas, ya a nivel provincial, que bajo el mismo nombre, **Andalucía, Paisajes con Sabor**, tuvieron como fin despertar el interés en los distintos territorios sobre la posibilidad de comenzar a trabajar el segmento turístico-gastronómico bajo términos de calidad y desde una óptica multidisciplinar.

Continuar el seguimiento de proyectos incipientes y potenciar el desarrollo de productos innovadores que cumplan con las premisas citadas constituyen actuaciones a desarrollar por el presente plan.

## 4.5. Jornadas Provinciales PCTA 1420.

A través de una nueva iniciativa de diálogo y cooperación, la Consejería, en el marco de su política de gobierno abierto, celebró en el mes de junio del 2014, una ronda de **encuentros provinciales** con el fin de garantizar un nuevo espacio de participación, en el que se recogieron las ideas y propuestas de los actores que intervienen en el proceso de construcción de la Nueva Estrategia Turística para Andalucía.

Más de 500 actores de los diferentes sectores tomaron parte en estas jornadas, dejando una batería de más de 200 propuestas que nutren los diferentes planes que se ponen en marcha durante esta legislatura.

Organizados en mesas de trabajo, estos encuentros brindaron la posibilidad a la totalidad de agentes y profesionales que asistieron a formular recomendaciones sobre las necesidades y retos que debe afrontar el sector turístico en los próximos años, al objeto de configurar un Banco de proyectos que enriquezcan los programas de acción de los diferentes planes.

En lo que al Plan de Calidad Turística 2014-2020 se refiere, estas jornadas han supuesto un momento para el acuerdo y consenso de los principios, objetivos y líneas estratégicas que sustentan su tercera edición.

Las conclusiones obtenidas se centraron en cuatro **RETOS** claves para convertir An-

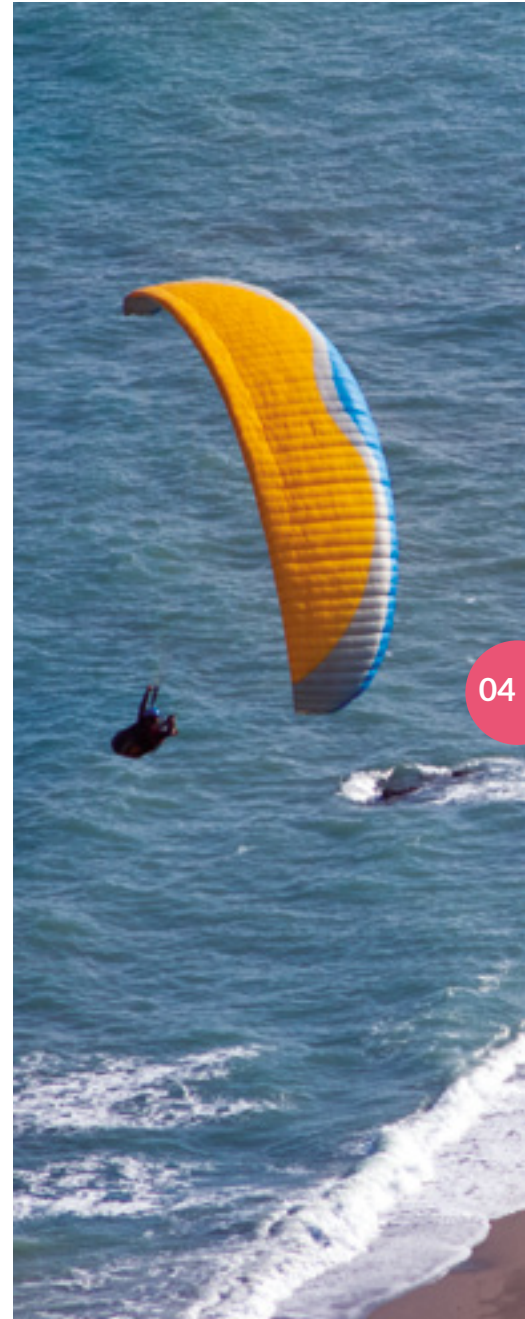
dalucía en un referente de destino turístico de excelencia:

**1. DESTINO TURÍSTICO GLOBAL.** Concebir la excelencia y la calidad turística como conceptos globales e integradores aplicables a todo un destino turístico y no únicamente a servicios y productos de forma aislada. Destaca, por tanto, la necesidad de impulsar la idea de “destino de calidad” siendo éste aquel que incorpora buenas prácticas en todo el itinerario de consumo de la persona visitante.

**2. TRABAJO EN RED.** Se hace necesario tejer redes en el territorio, fomentando el trabajo en equipo, las sinergias y la coordinación entre las empresas y administraciones, haciendo especial hincapié a la coordinación entre administraciones en sus distintos ámbitos de actuación: local, autonómica y estatal.

**3. ACCESIBILIDAD.** Considerar la accesibilidad en todo el itinerario turístico desde una perspectiva más amplia, no vinculándola de forma exclusiva a la eliminación de barreras arquitectónicas, y ampliando este concepto al ámbito de la comunicación, la información y la atención personalizada a las personas con distintos tipos de discapacidad.

**4. FORMACIÓN.** Impulsar una oferta formativa más práctica y específica adaptada a las necesidades detectadas en los distintos territorios, enfocada al mismo tiempo a las personas trabajadoras, al personal directivo y empresario turístico.



Así mismo, se identificaron durante el debate una serie de **ÁREAS DE MEJORA** sobre las cuales es preciso actuar:

#### Escuela y Universidad.

Impulsar la colaboración para la formación. Llevar el turismo a la escuela e implicar a la Universidad en temas de planificación turística (personas expertas).

#### Sostenibilidad.

La concepción actual de la calidad turística no está vinculada a la sostenibilidad. Se hace necesario llevar a cabo actuaciones en materia de calidad turística que reviertan en esta sostenibilidad.

#### Resolución de Conflictos.

Resolución de conflictos derivados de la actividad turística, de forma ágil y eficaz (medios telemáticos), ofreciendo además un plus que genere satisfacción.

#### SICTED.

Mayor campaña de promoción del SICTED, terminar de completar su diseño que aún se encuentra en evolución. "El SICTED está llamado a ser la marca de calidad para las PYMES". Se debe hacer una campaña importante desde la administración y Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía para su difusión e impulso.

#### Andalucía-LAB.

Mayor difusión territorial y aprovechamiento de las herramientas que la administración pone a disposición del sector turístico empresarial. (Andalucía-Lab).

#### Información.

Impulsar foros, jornadas y encuentros para el intercambio de información, análisis de resultados y toma de decisiones.

#### Empleo.

Introducir cláusulas sociolaborales en la elaboración de estándares de calidad.

Finalmente, durante las distintas sesiones se fueron generando una serie de PROPUESTAS, que se han sintetizado en las siguientes:

- Premiar iniciativas innovadoras en temas de formación.
- Impulsar segmentos emergentes a través de actuaciones de difusión, promoción y comercialización.
- Crear comisiones de seguimiento a nivel provincial para el Plan de Calidad.
- Orientar el uso de las TIC's hacia la satisfacción de la persona cliente-turista.
- Buscar el valor añadido de los recursos y vender experiencias en el destino.
- Flexibilizar la Ley de Turismo para incluir nuevos sectores emergentes (Turismo agrario, industrial, visitas teatralizadas, etc).
- Solucionar la falta de guías con formación especializada para dar servicio de calidad.
- Oferta de formalización de convenio para incrementar la normalización social y turística de las personas con discapacidad.

El 6 de febrero de 2014, una vez incorporadas las aportaciones realizadas en las provincias, se lleva a cabo la presentación en Almería del Avance del PCTA 1420 existiendo, gracias a este encuentro, una nueva posibilidad de realizar matizaciones al documento y de

comprobar que efectivamente se ha incorporado, tras considerar su viabilidad técnica y económica, lo propuesto en los distintos territorios andaluces. Aquellas otras propuestas que constituyen proyectos plausibles y con buenas perspectivas susceptibles de constituir nuevas actuaciones del PCTA 1420, se han incorporado a un Banco de Proyectos creado con la finalidad de que puedan ser objeto de un análisis más profundo de cara a su puesta en marcha futura.



## 4.6. SAETA. Memoria Diagnóstico PGTS

A través de una nueva iniciativa de diálogo y cooperación, la Consejería, en el marco de su política de gobierno abierto, celebró en el mes de junio, una ronda de encuentros provinciales con el fin de garantizar un nuevo espacio de participación, en el que se recogieron las ideas y propuestas de los actores



que intervienen en el proceso de construcción de la Nueva Estrategia Turística para Andalucía.

El 6 de febrero de 2014, una vez incorporadas las aportaciones realizadas en las provincias, se lleva a cabo la presentación en Almería del Avance del PCTA 1420 existiendo, gracias a este encuentro, una nueva posibilidad de realizar matizaciones al documento y de comprobar que efectivamente se ha incorporado, tras considerar su viabilidad técnica y económica, lo propuesto en los distintos territorios andaluces. Aquellas otras propuestas que constituyen proyectos plausibles y con buenas perspectivas susceptibles de constituir nuevas actuaciones del PCTA 1420, se han incorporado a un Banco de Proyectos creado con la finalidad de que puedan ser objeto de un análisis más profundo de cara a su puesta en marcha futura.

La Memoria Diagnóstico, puesta a disposición por el Área de Estadísticas e Investigación de Mercados de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte Andaluz, elaborada para los diferentes planes, aporta información básica sobre determinados elementos de la actividad turística andaluza que son de especial interés en el marco del PCTA 1420.

De su lectura, se extraen aspectos claves que nos ayudan a comprender mejor la situación actual de la calidad del turismo en Andalucía, sus retos y oportunidades. Estos aspectos, que se conciben más allá de la simple calidad de un producto o servicio bien hecho, promueven un enfoque de mejora integral del destino. Se

trata de factores inherentes a la calidad, necesarios para alcanzar la excelencia en un destino.

Bajo esta premisa se ha recopilado toda aquella información de interés referente a las principales áreas que contempla el PCTA 1420:

- **Calidad.**
- **Innovación.**
- **Microproductos y segmentos emergentes.**
- **Formación.**
- **Accesibilidad.**
- **Sostenibilidad.**

### Sobre CALIDAD

La calidad de los servicios y recursos, medida en función del cumplimiento de las expectativas, unida a la imagen del destino y a los precios, lleva a la persona turista a adquirir un compromiso o lealtad hacia ese lugar a la hora de pensar en sus próximas vacaciones. Este grado de compromiso puede estar dirigido hacia la recomendación del destino a familiares y amistades, o bien, puede traducirse en una intención de volver a elegir Andalucía como destino turístico, lo que implicaría una continuidad o incremento de los viajes.

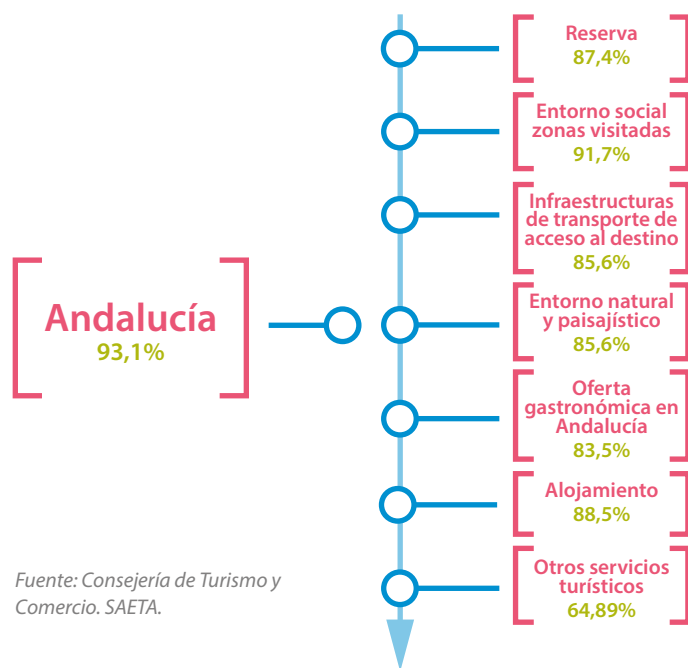
Los últimos datos revelan que el 93% de turistas que visitaron Andalucía durante 2012 se declaran las personas más satisfechas con su viaje. Sin duda, el más satisfecho es el turismo español ya que para el 95% de esas personas se cumplieron las expectativas planteadas sobre su viaje, seguido del procedente del Reino Unido (85%) y finalmente por el turismo alemán, siendo estas personas las más exigentes

en términos generales. El 76% de visitantes se declararon satisfechos.

Los factores más influyentes en la decisión global están relacionados con el proceso de reserva, el entorno social (amabilidad, costumbres, etc.), la infraestructura del transporte, el entorno natural, la oferta gastronómica, el alojamiento y otros servicios turísticos (oficinas de turismo, de tipo de cambio, etc.), y todos ellos satisfacen al 80% de las personas turistas.

En el siguiente gráfico se representan esos aspectos en los que sustentan la calidad global del viaje, donde se resume la satisfacción de las personas turistas en base a la calificación que estas otorgan a cada ítem considerado y a la relevancia que cada uno tiene en el proceso final de satisfacción:

## FASE DIAGNÓSTICA



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio. SAETA.

*El turista alemán es el más exigente en términos de calidad. El 76% declaró estar satisfecho con el viaje.*

De todos ellos, el entorno natural es el que requiere mayor atención, particularmente en lo que al ruido ambiental se refiere, ya que siendo un factor muy influyente en la visión general de este concepto, tan solo satisface a poco más del 60% de esas personas turistas.

En cuanto a la oferta gastronómica, 9 de cada 10 españolas/es cumple sus expectativas de forma satisfactoria, mientras que en el caso de las personas extranje-

ras el nivel de satisfacción es más reducido, siendo las procedentes de Alemania las más exigentes, ya que las tres cuartas partes de ellas declararon sentirse satisfechas mientras que en el caso de las británicas esta proporción se elevó a 8 de cada 10.

La confianza en la seguridad alimentaria es relevante a la hora de hacerse una imagen de la oferta gastronómica. En este sentido, para el 85% de personas encuestadas, Andalucía puede considerarse un destino seguro en cuanto a las condiciones alimentarias, siendo destacable en este caso mayor reticencia percibida en las personas turistas extranjeras, principalmente el turismo alemán.

*La oferta gastronómica es un factor muy bien valorado por los turistas españoles que visitan Andalucía. 9 de cada 10 ven cumplidas sus expectativas de manera satisfactoria*

Debido a la influencia de estos factores en la visión global del destino y en la consecuente satisfacción de la persona turista, dichos elementos han de ser objeto de especial atención, ya que cualquier cambio que merme la calidad en alguno de ellos puede provocar un importante efecto en la percepción de la imagen final de la persona turista sobre Andalucía, y por lo tanto en la recomendación del destino e incluso en su fidelización.

Con el objeto de visualizar de manera rápida y gráfica la situación del servicio en cuanto a la calidad ofrecida, se genera una



matriz de actuación en la que, basándose en las valoraciones medias obtenidas sobre las expectativas de personas usuarias (importancia) y la percepción recibida del servicio (satisfacción), se sitúan los diferentes indicadores en cuatro cuadrantes:

• **Área de factores a vigilar a largo plazo.**

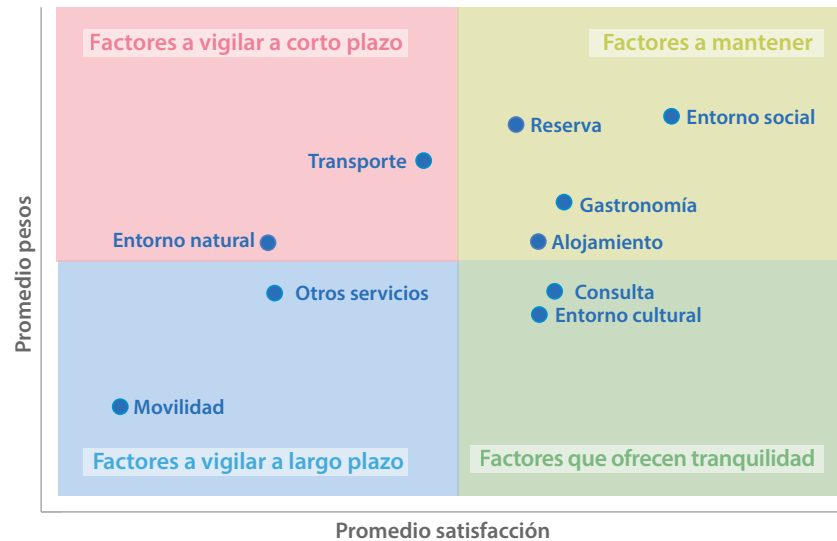
Se sitúan los aspectos que se encuentran por debajo de la media de importancia y satisfacción. Son aspectos que deben mejorarse, pero no son prioritarios para el turista, por lo que su mejora no tiene que ser inmediata.

• **Área de factores a vigilar a corto plazo.**

Este cuadrante engloba aquellos aspectos situados por encima de la media de importancias, pero se encuentran por debajo de la media en satisfacción. Son aspectos relevantes, pero en los que no se alcanza el nivel de satisfacción esperado, por ello es importante mantener a la persona usuaria satisfecha con ellos.

• **Área de factores que ofrecen tranquilidad.** Se agrupan aquellos aspectos que se sitúan por debajo de la media en importancia pero por encima de la media en satisfacción. Son recursos en los que se está invirtiendo más recursos de los necesarios.

• **Área de factores a mantener, área óptima.** Se encuentran los aspectos cuya importancia y satisfacción, superan la media. Son aspectos para los cuales se debe mantener su posición.



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio. SAETA

*En 2012, el 54,5% de las personas turistas que visitaron la región la habían visitado también el año anterior, un grado de fidelidad que supera en + 5,7 puntos porcentuales al registrado el año anterior*

Otro indicador que ofrece información sobre el nivel de satisfacción de las personas turistas es el grado de fidelidad. En 2012, el 54,5% de las personas turistas que visitaron la región la habían visitado también el año anterior, siendo éste un grado de fidelidad que supera en + 5,7 puntos porcentuales al registrado el año anterior. Es habitual que el turismo nacional sea más fiel al destino que el turismo extranjero (64,8% frente a 34,2%), ya que se trata de un indicador muy influenciado por la distancia entre emisor y destino.

### Sobre INNOVACIÓN

Uno de los aspectos claves en turismo de los últimos años es el impacto que en este sector ha tenido las Nuevas Tecnologías. El desarrollo de Internet ha supuesto un cambio de paradigma en la forma en la que se inspiran, se contratan, se organizan y se viven los viajes turísticos, y ha cambiado radicalmente la manera en la que las personas turistas toman sus decisiones, gracias a la influencia que otros tienen sobre las mismas, a través del intercambio de opiniones y experiencias mediante el uso de aplicaciones, redes sociales y otros espacios en Internet.

La industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo, la adopción masiva de Internet por parte de las personas consumidoras 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.

Así, las empresas turísticas andaluzas presentan un uso más intensivo de las nuevas tecnologías que las del resto de

sectores. El 98% de los alojamientos de la comunidad cuentan con sitio Web, el 91% permite acceder a su lista de precios, porcentajes que se reducen al 65% y al 57% respectivamente en el caso del total del tejido empresarial andaluz. Esta diferencia se acentúa en el caso de la contratación a través de la red, ya que el 94% de los alojamientos con web permite la realización de pedidos o reservas on-line y el 45% ofrece la posibilidad de realizar pagos, frente al 19% y al 11% de las empresas que ofrecen estos servicios en el conjunto de sectores económicos.

En cuanto al comercio electrónico en establecimientos hoteleros, durante 2012 una cuarta parte de las habitaciones ocupadas en Andalucía se contrató online, superando a la media nacional, que se sitúa en torno al 20%, y solo por debajo de la Comunidad de Madrid y Cataluña. Además, Andalucía destaca como la región en la que este aspecto registró un mayor incremento durante el pasado ejercicio, aumentando en 2,7 puntos porcentuales.

En lo que a la demanda se refiere, se muestra la consolidación de Internet para motivos relacionados con el turismo. Así, a nivel nacional, el 58% de las personas que utilizan la red de forma asidua utilizaron servicios relacionados con viajes y alojamiento. Y es que una gran parte de las personas turistas tienen ya a Internet como un elemento fundamental a la hora de organizar su viaje.

Entre todos las personas viajeras que utilizaron la Red para su visita a Andalucía en 2012, más del 73% realizó a través de esta vía la contratación de alguno de sus servicios y el 40%

*La industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías.*



*El 98% de los alojamientos de la comunidad cuentan con sitio Web y el 91% permite acceder a su lista de precios*

culminó en la red el proceso de compra.

Por otra parte, las redes sociales se están incorporando progresivamente como herramienta de trabajo para los alojamientos andaluces. El 30% de los establecimientos del destino utiliza las redes sociales, de los cuales la totalidad hacen uso de ellas para tareas de marketing, publicidad y gestión de la imagen de sus establecimientos y cerca del 80% como canal de información a las personas usuarias.

Si bien los amigos o conocidos en persona siguen siendo la principal fuente de información de las personas turistas para elegir un destino, resalta la creciente importancia que están adquiriendo otras fuentes como las redes sociales, las recomendaciones de otras personas viajeras en Internet o las páginas oficiales de los destinos.

De hecho, las redes sociales ya son el principal recurso en la red para la planificación de un viaje. Además, una vez en el destino, Internet es la primera fuente de información para estos turistas, superando a las oficinas de turismo, que sin embargo siguen siendo las más utilizadas por las personas viajeras extranjeras.

Finalmente, las redes sociales también se manifiestan como un elemento clave para el visitante tanto durante su estancia como tras sus vacaciones, ya que la mitad de ellos hace uso de ellas para colgar fotos y vídeos del viaje, recomendar lugares o utilizar servicios de geolocalización.

### **Sobre MICROPRODUCTOS y SEGMENTOS EMERGENTES**

Recientemente han comenzado a despuntar una serie de segmentos o micro-productos que presentan importantes perspectivas de desarrollo socioeconómico. Entre ellos, el punto de atención recae, por su especial vinculación con el PCTA 1420, sobre el turismo industrial y el turismo gastronómico.

El turismo industrial es un segmento en auge. Prueba de ello es la proliferación de estudios y jornadas especializadas que se están sucediendo en torno a este segmento. Como muestra de esta importancia que está adquiriendo, cabe destacar las Jornadas Europeas de Patrimonio, iniciativa del Consejo de Europa en la que participan los 50 países signatarios de la Convención Cultural Europea.

Sobre el perfil de las personas consumidoras de turismo industrial:

- El intervalo medio de edad oscila entre los 45 y los 60 años.
- Un 65% de la demanda posee estudios superiores.
- Se da una presencia mayoritaria de Turismo Nacional mientras que entre las personas visitantes extranjeras destaca el turista alemán.
- Se produce una cierta prevalencia del género masculino.
- Se distinguen dos tipos de demanda: por un lado, grupos organizados (escolares, tercera edad, especializados y generalistas) y por otro lado, un público individual, más especializado y familiar.

### **Sobre FORMACIÓN**

Si se analiza la formación de las personas trabajadoras del sector turístico atendiendo a la distribución de ocupadas en la industria, se observa que en 2012 la mayoría de las mismas (63,1%) cuenta con un nivel de estudios secundarios, mientras que el 15,2 % y el 21,7% dispone de estudios primarios y universitarios respectivamente.

En los últimos cinco años, cuanto menor es la cualificación de las personas trabajadoras más intensos han sido los descensos de ocupación. Concretamente, el colectivo de personas trabajadoras del sector con estudios primarios o inferior ha descendido entre 2008 y 2012 un -27,1%, las personas trabajadoras con estudios secundarios han registrado una tasa del -12,0% mientras que aquellas que poseían estudios universitarios solo han reducido sus efectivos un -1,4%.

*La industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías.*

La Industria Turística de Andalucía también destaca por su alta proporción de personas trabajadoras con estudios medios en detrimento principalmente de las personas trabajadoras con formación universitaria. Así, el porcentaje de personas trabajadoras con estudios medios del sector suele ser cada año unos 10 puntos porcentuales superior a la cuota de ocupadas con este nivel formativo en el sector Servicios o en el conjunto de la economía andaluza. Esta particula-

ridad del sector turístico, está relacionada con su especial estructura en cuanto al tipo de ocupaciones o categorías ocupacionales que lo conforman y que dependen a su vez de las diferentes necesidades de especialización y profesionalización que demanden las distintas ramas de actividad del sector.

### Sobre **ACCESIBILIDAD**

En Andalucía, el turismo accesible se ha convertido en un segmento de gran valor que se está incorporando progresivamente a la oferta de la región, dándole un valor diferencial a los destinos en su apuesta por la calidad y la excelencia.

Para tener una idea del potencial que ofrece este tipo de turismo, que ya es una realidad, resulta interesante conocer los siguientes datos:

- Supone un aumento de la cuota del mercado. Se estima, que el número de personas que actualmente no viajan por falta de accesibilidad está en torno a los 2,5 millones en España y 36 millones en Europa.
- Ayuda a reducir la estacionalidad, dado que posibilita el acceso al turismo de personas con condiciones laborales específicas.
- Permite mejorar la imagen de los destinos, los cuales incrementan su disfrute emocional al convertirse en lugares referentes de la igualdad de derechos y condiciones de todas las personas.
- Ayuda a la creación de una oferta turística sostenible, ya que aumenta el público objetivo y a su vez el potencial de amortización del establecimiento.
- Genera un valor añadido para el resto de turistas, mejorando la imagen de calidad del establecimiento.

En relación al perfil de la demanda, según la Unión Europea, (Eurostat) el 51% del segmento de personas con movilidad reducida y/o discapacidad no tienen responsabilidades laborales, viven de pensiones de invalidez o jubilación, por lo que viajan en cualquier época del año.

Este colectivo no escoge un tipo de alojamiento específico en función de su nivel adquisitivo, sino en función del nivel de accesibilidad que ofrezca el alojamiento en sí. De hecho los establecimientos más utilizados son los hoteles de 4 y 5 estrellas.

Se trata de un segmento multiclientes, ya que cada viaje realizado por una persona con movilidad reducida y/o discapacidad atrae a 0,5 acompañantes de media.

*La accesibilidad mejora la imagen de los destinos, convirtiéndolos en referentes de integración social e igualdad de derechos y oportunidades*

### Sobre **SOSTENIBILIDAD**

Uno de los principales retos a los que se enfrenta la sostenibilidad en el sector turístico andaluz es la **ESTACIONALIDAD**.

La situación de crisis que sufre la economía, ha alterado el comportamiento de las personas consumidoras turísticas, influyendo de forma innegable en la estacionalidad, la cual se mantiene e incluso sube ligeramen-

te como consecuencia de la reducción en el número de viajes y las medidas para controlar el gasto que están aplicando las familias españolas y extranjeras.

Los flujos turísticos que recibe Andalucía cada año no se distribuyen de forma homogénea a lo largo de dicho periodo, siendo el tercer trimestre el que acumula mayores volúmenes de turistas. En los últimos cinco años, los turistas recibidos en Andalucía durante los meses de julio a septiembre suponen entre el 36% - 37% del total de visitantes anuales.

Así, la estacionalidad se ha convertido en un problema persistente para el destino andaluz, pues los niveles de concentración de los flujos no han sufrido cambios sustanciales en el intervalo 2007-2012, si bien al final del periodo son incluso algo más elevados que al principio, subida influenciada por la crisis económica, que ha alterado el comportamiento de las personas consumidoras de turismo, llevándoles a reducir el número de viajes que realizan y a concentrarlos en el principal periodo de vacaciones del año (el verano).

Además, la estacionalidad no afecta por igual a todos los mercados emisores ni a todos los destinos dentro de Andalucía. La Comunidad tiene en el mercado español a su principal emisor de turismo, presentando este más estacionalidad que los principales emisores extranjeros y aquellas provincias o zonas con litoral de la región, no solo acusan niveles de estacionalidad más elevados, sino que también han aumentado ligeramente sus niveles en el periodo analizado.

Desde la perspectiva de la sostenibilidad, la estacionalidad es un elemento que hay que

controlar y corregir, por los desequilibrios que produce en el territorio y el consumo de recurso que supone.

Otro de los aspectos claves para la sostenibilidad es la concentración y ordenación de infraestructuras turística en los territorios. En este sentido, otro de los retos del destino turístico andaluz es conseguir una **DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL** de la oferta de alojamiento turístico más equilibrada, ya que existen niveles de concentración bien diferenciados. Así, dos de cada tres plazas de alojamiento turístico se ubican en el litoral, destacando la Costa del Sol donde se oferta el 41,7% del total de la oferta de alojamiento andaluza. La heterogeneidad de estas concentraciones da lugar a tres zonas diferenciadas en Andalucía: el interior, el litoral y dentro de éste, la Costa del Sol.

Incluso dentro de cada una de estas zonas, la concentración también presenta diferencias pronunciadas, como es el caso del elevado nivel de oferta en las capitales de provincia dentro del interior o en determinados municipios turísticos del litoral andaluz.

La distribución de las diferentes tipologías y categorías de alojamiento turístico también presentan desequilibrios territoriales. Así, mientras que más de la mitad de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía se localizan en la provincia de Málaga, Cádiz oferta un 23% de las plazas ofertadas en los campings de la Comunidad.

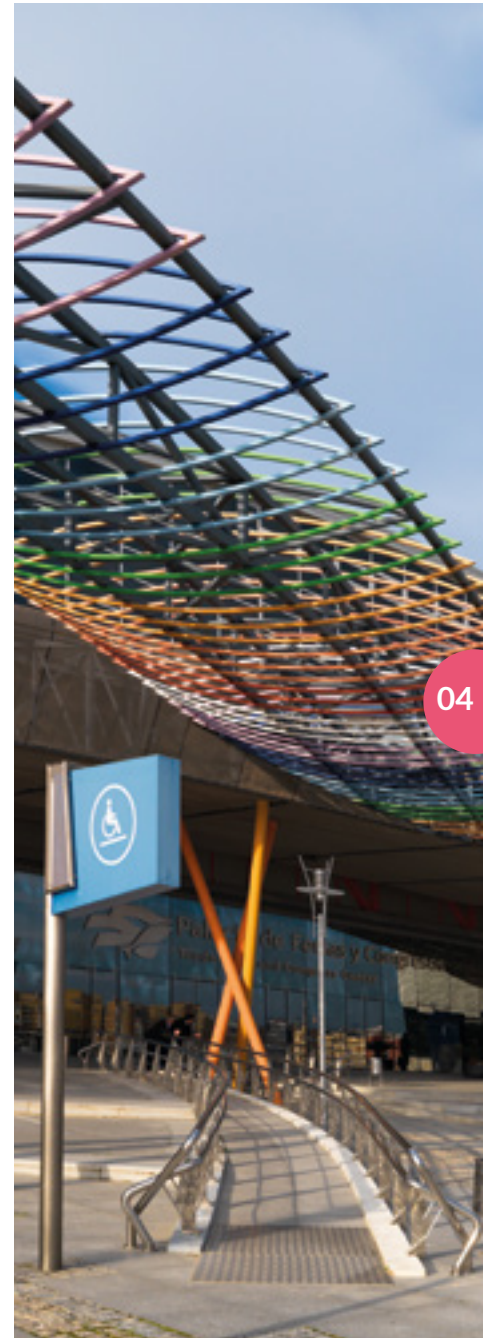
Un instrumento para alcanzar la sostenibilidad en los destinos, minimizando la estacionalidad y la concentración territo-

rial, es fomentar **FORMAS ALTERNATIVAS DE TURISMO**, que promuevan viajes fuera de temporada.

Productos como el turismo activo, el cicloturismo, turismo fotográfico, gastronómico o industrial, etc, ofrecen unas condiciones muy interesantes para luchar contra la estacionalidad, permitiendo desarrollarse a lo largo de todo el año y favoreciendo unos niveles de renta muy beneficiosos para las economías locales.

La diversidad que conllevan los segmentos emergentes posibilita a la persona visitante un amplio abanico de actividades, con unas condiciones de especialización que, en muchos casos, satisfacen a la persona viajera más exigente que busca nuevas experiencias.

Por otra parte, la versatilidad que presentan para establecer sinergias supone un impulso para la creación de nuevos productos turísticos, posibilitando así la capacidad de ampliar la oferta turística andaluza y aprovechar la gran riqueza y variedad de recursos con que cuenta Andalucía.



## 4.7. Diagnóstico. Conclusiones Integradas.

La configuración y características de la información disponible nos obliga a adoptar un enfoque simplificado y estructurado en la elaboración del diagnóstico, atendiendo a las materias principales que contempla el PCTA 1420.

El diagnóstico que ahora se presenta, tiene por objeto justificar la elección y priorización de las actuaciones que se llevarán a cabo en respuesta a los retos establecidos así como alcanzar el liderazgo y diferenciación de Andalucía.

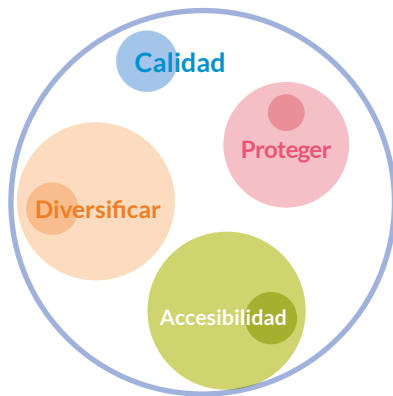
A través de un ejercicio de reflexión e integración de la información expuesta en el capítulo anterior, a continuación, se lleva a cabo un balance de los rasgos positivos y aspectos a mejorar que definen la situación/realidad de la calidad turística en Andalucía.

### 10 Factores que frenan la Calidad Turística en Andalucía.

- Uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta el sector turístico andaluz en prácticamente todas sus vertientes y formas es la ausencia de **profesionalización y cualificación** adaptada a las necesidades reales de los trabajadores y trabajadoras del sector, lo cual repercute directamente en la calidad del servicio y la percepción global del destino.
- Las **carencias formativas** de los hombres y mujeres vinculados a la actividad turística continúan siendo una de las principales y recurrentes barreras que inciden de manera negativa en la prestación de servicios de calidad, acentuándose, por tanto, la necesidad de fortalecer el capital humano andaluz a través de la formación. A este factor se suma la creciente tendencia a trabajar desde áreas y disciplinas basadas en un turismo inclusivo y vinculado a segmentos más novedosos, como es el caso de la accesibilidad, , en las que estas necesidades formativas se hacen más evidentes.
- En la línea de lo anterior, la existencia de un alto porcentaje de personas empleadas en el sector turístico **carentes de estudios superiores y universitarios en esta materia así como la escasa** y poco novedosa oferta formativa universitaria enfocada a la especialización de personas expertas en el ámbito turístico son igualmente indicios de cierto estancamiento en la evolución del sector.
- Insuficiente aprovechamiento de las **Nuevas tecnologías**, especialmente en lo que se refiere a la satisfacción del cliente-turista. No existe todavía una cultura tecnológica generalizada que sea capaz de aprovechar las ventajas que algunas herramientas como las redes sociales tienen en los procesos de contratación y valoración de los servicios y destinos turísticos.
- En relación a la **sostenibilidad**, existen factores claves que responden principalmente al hecho de seguir concibiendo Andalucía como destino turístico basado de forma prioritaria en el recurso de Sol y Playa. Esta concepción conlleva una serie de efectos de arrastre manifestada en los siguientes aspectos:
  - El gran **deterioro experimentado por el litoral andaluz** en estas últimas décadas promovido por un turismo basado de manera imperante en este recurso costero, convierte a este elemento en un factor a vigilar y controlar a corto plazo, teniendo en cuenta además su influencia en la decisión global del destino: el grado de satisfacción manifestado por los turistas está por debajo de lo deseado.
  - La concentración de los principales flujos turísticos motivada tanto por factores naturales inherentes al propio territorio, como puede ser el clima, como por factores ajenos o externos, como es una escasa diversificación del producto, han hecho de la actividad turística andaluza un motor económico sujeto a la **estacionalidad**.
- Desde la mayoría de los sectores, y el turismo es uno de ellos, se percibe la **accesibilidad** como un elemento vinculado principalmente a la eliminación de barreras arquitectónicas, sin atender a una visión más amplia de este concepto que se extiende al ámbito de la información, la comunicación o la atención de personas con necesidades especiales. Aún así , la eliminación de barreras arquitectónicas sigue continúa una asignatura pendiente en la actividad turística.
- Una de las principales demandas del sector es la ausencia generalizada de

Esta **elevada concentración territorial** de la oferta en determinadas zonas trae consigo importantes **desequilibrios** entre las diferentes provincias y áreas, precisándose así elementos que contribuyan a alcanzar una mayor **sostenibilidad social y económica**.

una estructura definida y visible para la **resolución de conflictos** y la **protección** de las personas usuarias turísticas.



8. La escasa **coordinación** que a menudo se produce entre administraciones, lleva en numerosas ocasiones a duplicar esfuerzos innecesarios y descuidar aspectos claves que requieren de un tratamiento urgente por parte de **los gestores** públicos. Impulsar el trabajo en equipo, creando redes en los territorios y fomentando sinergias y coordinación entre empresariado y entidades públicas, se convierte en uno de los grandes retos a impulsar desde la Administración y compartir por todas las personas que intervienen implicadas en la actividad turística.
9. Se observa cierto receso o estancamiento en cuanto al número de empresas y servicios certificados de forma individual a través de normas de calidad turística y de servicios.
10. **Al hilo de lo anterior**, el haber otorgado un enfoque lineal a la actividad turística andaluza concibiéndola como

una disciplina que concierne casi de forma exclusiva a la Consejería de Turismo y Comercio ha podido limitar la evolución de esta actividad económica y la fusión de la misma con otras disciplinas que posibilitasen la reinversión de este fenómeno. El hecho de no haber intervenido de manera más directa en trabajos y proyectos de otras administraciones y colectivos de diversa naturaleza vinculados a materias como la innovación, el medio ambiente, la actividad agrícola y pesquera, así como la accesibilidad, entre otras, han contribuido al estancamiento de la actividad turística en momentos de recesión económica.

## 10 Factores que impulsan la Calidad Turística en Andalucía.

1. En Andalucía el **entorno socio-cultural** se presenta como uno de los factores que mejor cumple las expectativas de

los turistas. En este contexto, elementos como la hospitalidad, la costumbre, las tradiciones, los valores autóctonos o la oferta gastronómica son excelentes inputs para crear atractivo turístico sobre el destino, y generar productos alternativos en un modelo dominado por el turismo de sol y playa.

2. La gran **variedad paisajística y patrimonial** con que cuenta Andalucía, es un potente recurso para satisfacer las nuevas tendencias que buscan experiencias singulares y únicas.
3. **Elevada calidad de la planta hotelera.**
4. El crecimiento experimentado en **destinos SICTED**, ha convertido a Andalucía en la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de destinos distinguidos, animando así a continuar apostando por un concepto de calidad integral en los territorios.



5. **La experiencia adquirida con los anteriores** Planes de Calidad.
6. Se está produciendo un cambio de **actitud en los gestores públicos hacia la coordinación y codecisión**, fomentando la implicación de todos los agentes involucrados en la planificación turística de Andalucía. En este sentido, destaca el compromiso asumido por la Consejería de Turismo y Comercio de hacer partícipe y mantener un diálogo continuo con los distintos actores que representan al sector turístico andaluz en la toma de decisiones y en la formulación de posibles propuestas de trabajo.
7. Una **imagen de marca consolidada** en el exterior se convierte en un excelente reclamo para apoyar actuaciones en materia de calidad o innovación.
8. Elevada satisfacción general de los turistas y alto grado de fidelización, de acuerdo al estudio realizado por SAETA.
9. La predisposición por parte de la Consejería de Turismo y Comercio a involucrar a **aquellas personas expertas y entidades encargadas de la formación superior y universitaria** andaluza en la creación de una oferta formativa actualizada.
10. El haber creado un **Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020** flexible, dinámico y con posibilidades de adaptación, en el que tienen cabida tanto las entidades privadas como los distintos centros administrativos de la Junta de Andalucía así como las demás administraciones que pretendan o estén desarrollando proyecto cuyas materias sean complementarias a la actividad turística. De esta manera se abre la puerta a posibles sinergias entre los actores y a la creación de proyectos más diversos.

*Predisposición para involucrar a aquellas personas expertas y entidades encargadas de la formación superior y universitaria andaluza en la creación de una oferta formativa actualizada.*







05





# Principios Rectores

*El Plan General se centran en un concepto de sostenibilidad integral, que comprende diferentes dimensiones del proceso de desarrollo turístico.*

## 5.1. Principios Rectores Básicos. Plan General de Turismo Sostenible.

La Sostenibilidad entendida como un modelo de gestión por procesos que apuesta por un desarrollo respetuoso con el entorno constituye el eje vertebrador del nuevo Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020.

Los Principios Rectores que articulan el Plan General se centran en un concepto de sostenibilidad integral, que comprende diferentes dimensiones del proceso de desarrollo turístico, dando lugar a una serie de materias que remiten a la defensa de los valores locales, el desarrollo del tejido empresarial, la cooperación y codecisión, la implicación social, la cohesión territorial, y la innovación y el desarrollo.

En este escenario, el PCTA 1420 asume la sostenibilidad de todos estos elementos de la siguiente manera:

**Como defensa de los valores locales,** y respetando la identidad de cada territorio, se potencian aquellas actuaciones que ponen en valor turístico elementos autóctonos como la gastronomía, los oficios tradicionales u otras actividades vinculadas a sectores productivos propios de cada zona.

**Como desarrollo del tejido empresarial,** impulsando la competitividad de las empresas y apostando por la calidad en

el servicio, a través de la formación y cualificación de los profesionales del sector, y reteniendo el talento.

**Como proceso de transparencia, participación y codecisión,** fomentando espacios abiertos a la reflexión y el diálogo, donde la iniciativa pública y privada se alineen en la búsqueda de un mismo fin, consolidar Andalucía como destino de excelencia y líder en turismo.

**Como proceso de implicación social,** teniendo en cuenta la voz y la mirada de diversos colectivos vinculados al turismo en Andalucía, se plantean iniciativas de trabajo conjunto, en colaboración y comunicación permanente, todo ello en aras de ofrecer un destino seguro, y responsable para todos y todas.

**Como integración territorial,** cohesionando a todos los destinos y territorios de la comunidad en el proceso de planificación y gestión, intentando homogeneizar criterios y superar desequilibrios.

**Como proceso de Innovación, Desarrollo e Investigación,** reinventando el sector y premiando ideas creativas y proyectos innovadores que reviertan en la comunidad y generen desarrollo económico, social y tecnológico en los territorios.

## 5.2. Principios Rectores Subsidiarios.

Además de los anteriores, el PCTA 1420 cuenta con unos principios propios que ilustran los criterios y decisiones adoptadas, y sirven de guía a las actuaciones que se llevarán a cabo durante la implementación de este nuevo plan:

**Responsabilidad:** porque la Consejería de Turismo y Comercio ostenta la responsabilidad de ofrecer productos y servicios turísticos de calidad que consigan alcanzar la satisfacción de quienes nos visitan posibilitando además su fidelización.

Esta responsabilidad se extiende al ámbito de la Responsabilidad Social visionada desde un amplio prisma: por un lado, tratando de proporcionar un “Turismo para

Todos”, atendiendo, para ello, a determinadas necesidades que pueden presentar las personas con discapacidad. También, destacando la responsabilidad que ostentamos frente al medio ambiente y el cuidado del entorno y, por último, a la inclusión de criterios y medidas que contribuyan a la igualdad y la equidad de género.

**Protección:** porque la persona turista es, en última instancia, una “persona consumidora” en el ámbito turístico, y por tanto, es necesario proteger y preservar sus derechos, evitando a toda costa situaciones de desinformación y desamparo.

**Equidad Territorial:** porque todos los territorios importan lo mismo y, por tanto,

deben ser tenidos en cuenta a todos ellos en igualdad de condiciones, tanto para procesos de consulta y puesta en común, como para la implantación y desarrollo de proyectos específicos.



06





# Meta del Plan

*Contribuir al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad.*

## 6.1. Meta del Plan.

El PCTA 1420 tiene como objetivo general contribuir al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en 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 sectores turísticos poco consolidados** que posibiliten la **diferenciación** y el **liderazgo** de Andalucía como destino de referencia a nivel internacional.







07





SEVILLA  
FERIA DE ABRIL  
FESTAS PRIMAVERALES 1934

# Objetivos Estratégicos

## 7.0. Objetivos Estratégicos.

En consonancia con la meta establecida, el PCTA 1420 define nueve objetivos estratégicos que representan los propósitos que van a dirigir la actuación de la Consejería de Turismo y Comercio en materia de calidad durante los próximos años.

### Estos objetivos son:

1. Favorecer el **impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia** en todo el itinerario de consumo del turista.
2. Contribuir a la **implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad** generando una región turística accesible para todos/as.
3. Generar **destinos turísticos sostenibles que posibiliten un desarrollo económico** de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.
4. Alcanzar la **máxima protección de las personas consumidoras turísticas** poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.
5. Impulsar la **innovación tecnológica** aplicada al turismo.
6. Contribuir a la **formación y profesionalización** de los trabajadores del sector turístico.
7. Apoyar **segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados** que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.
8. Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.
9. Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión en relación a los proyectos llevados a cabo por Consejería de Turismo y Comercio.







08



# Plan de Acción



## 8.1. Introducción.

El actual escenario económico y social justifica, aún más si cabe, un mayor alineamiento y cercanía de la acción pública a las necesidades de las empresas, profesionales y destinos turísticos.

Del mismo modo, una gestión sostenible y responsable del sector constituye el paradigma a seguir en un entorno complejo, afectado aún, en muchos casos, por la herencia de una praxis, a veces, poco adaptada a la realidad que ha venido acompañada, en numerosas ocasiones, a varios modelos de planificación y ordenación turística anteriores.

Si bien en estos momentos, hablar de sostenibilidad y excelencia en los destinos turísticos se ha convertido en una evidencia, en una cuestión muy necesaria a la hora de diseñar cualquier modelo de planificación que abogue por el crecimiento del sector, es destacable que llevar esta idiosincrasia a la práctica, supone en muchos casos, un importante esfuerzo a corto plazo y una tardía rentabilidad en beneficios perceptibles y económicos. A pesar de todo, la duración de estos efectos positivos, su impacto en el territorio, y su perdurabilidad en el tiempo son más longevos, beneficiosos y compatibles con los modos de vida y producción autóctonos de los diferentes destinos andaluces.

Aunar voluntades entre agentes públicos y privados para buscar fórmulas e instrumentos rentables y sostenibles que beneficien a los destinos y su comunidad, es una alternativa más que recomendable en una situación difícil para la inversión.

Por otro lado, contemplar en la gestión de los entornos y servicios, elementos como la accesibilidad o la protección de las personas usuarias, debe ser hoy por hoy una prioridad a tener en cuenta por los gestores públicos, en su propósito de crear destinos de calidad y oportunidad.

Finalmente, impulsar la innovación en el sector a través de las nuevas tecnologías, la apuesta por segmentos innovadores y viables o la cualificación profesional, incrementa la calidad de los espacios turísticos, convirtiéndolos en destinos inteligentes.

A todas estas realidades, se enfrenta el nuevo Plan de Calidad Turística de Andalucía, a través de un Plan de Acción donde se conjugan los Programas, Actuaciones y Líneas Estratégicas que van a orientar y definir el futuro de la política turística en materia de calidad.

Las **Líneas Estratégicas**, vinculadas a los objetivos específicos, van a marcar la dirección u orientación bajo las cuales se van a desarrollar los programas.

El Plan considera tres líneas estratégicas:

**LÍNEA DE EXCELENCIA.**  
**LÍNEA DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN.**  
**LÍNEA DE COORDINACIÓN Y DIÁLOGO.**

Los **Programas** por su parte, agrupan aquellas actuaciones o proyectos que abordan una temática común desde diferentes ámbitos.

**Programa 1: Destinos Excelentes.**  
**Programa 2: Destinos Accesibles.**  
**Programa 3: Destinos Sostenibles.**  
**Programa 4: Destinos Protectores.**  
**Programa 5: Innovación Tecnológica.**

**Programa 6: Profesionales Turísticos.**

**Programa 7: Innovar en Segmentos Turísticos.**

**Programa 8: Cooperación, Participación y Consenso.**

**Programa 9: Impulso y Difusión.**

Por último, el Plan contempla un total de **51 Actuaciones** donde se recogen aquellas ideas y propuestas que, debidamente valoradas, estructuradas y formuladas, dan respuesta a las necesidades del diagnóstico y permiten la consecución última de los objetivos.

Con este planteamiento no se pretende caer en un instrumento estanco y ajeno a los cambios del sector. Esta selección de actuaciones, llevadas a cabo en un momento concreto y para una situación determinada, no debe limitar ni restringir la capacidad de retroalimentación prevista para el plan.

La intención última ha sido crear un Plan realista, dinámico y flexible (funcional), al cual se pueden incorporar de manera objetiva todas aquellas actuaciones que respondan a las necesidades del momento y se adapten de forma coherente a los cambios. De igual modo, el Plan atenderá en el desarrollo de dichas actuaciones y, en la medida de lo posible, al principio de igualdad de género de acuerdo a la normativa vigente.

## 8.2. Líneas Estratégicas, Programas y Actuaciones.

### LÍNEA DE EXCELENCIA:

La importancia de concebir la excelencia como un concepto global e integrador,

considerando a los destinos andaluces como un todo que va más allá de la simple suma de sus empresas y servicios turísticos, lleva a los responsables públicos y al sector en general, a plantear un modelo turístico basado en la calidad como elemento clave para alcanzar la competitividad y diferenciación del destino turístico de Andalucía.

Así mismo, la excelente posición que ocupa Andalucía en el ranking de los principales indicadores de certificación existentes, es un hecho que avala el buen hacer realizado en etapas anteriores, sobre el que se debe seguir trabajando.

En este escenario, el PCTA 1420 propone una línea estratégica donde se impulsen aquellas metodologías de trabajo y proyectos que contribuyan a generar destinos turísticos basados en la calidad y la excelencia, desde cuatro programas de actuaciones, donde se contemplen además de la calidad, otros factores necesarios y complementarios como son, la accesibilidad, la sostenibilidad y la protección de los derechos de las personas consumidoras turísticas.

Los Programas propuestos son:

**Programa 1: Destinos Excelentes.**

**Programa 2: Destinos Accesibles.**

**Programa 3: Destinos Sostenibles.**

**Programa 4: Destinos Protectores.**



## Programa 1. Destinos Excelentes.

Favorecer la implantación de metodologías y proyectos que, en el ámbito de la calidad y la excelencia turística, posibiliten la consolidación de los destinos andaluces como destinos turísticos de referencia, es uno de los objetivos prioritarios de este programa. En este sentido, se reconocerá el esfuerzo de las empresas que incorporan criterios de calidad turística en su gestión y se prestará especial interés a la participación en aquellos organismos y entes, tanto nacionales como internacionales, que tengan como meta el apoyo a la calidad turística.

### Actuaciones.

**A.1.1** Impulso de metodologías que proporcionen un sistema integral y permanente para la gestión de la calidad turística en los destinos.

**A.1.2** Reconocimiento y visualización de empresas y espacios certificados/ distinguidos de Andalucía a través de acciones de difusión.

**A.1.3** Actuaciones que persigan la puesta en valor de normas de calidad turística.

**A.1.4** Participación en organismos nacionales e internacionales de apoyo a la calidad turística. Comités de Normalización / Comités de Sectorización del ICTE.

**A.1.5** Estudio y análisis, con perspectiva de género, sobre la Satisfacción del Turista en Andalucía.





## ACTUACIÓN 01.01

### Impulso de metodologías que proporcionen un sistema integral y permanente para la gestión de la calidad en los destinos turísticos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes .

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo del turista.

#### DESCRIPCIÓN

El SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos, promovido por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), con el objetivo de mejorar la experiencia y satisfacción del turista, y con ello la imagen de marca del destino y sus empresas.

La metodología SICTED proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico con un enfoque hacia la mejora continua y una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio.

Para favorecer la relación entre destinos adheridos al SICTED se creará una plataforma para facilitar la gestión y profundizar en la transferencia de conocimiento entre Gestores Sicted.

Se promoverán actuaciones encaminadas a la difusión e implantación de los Destinos de Calidad.

Mantenemos una participación efectiva en los Comités Interdestinos, donde se sientan las bases de la gestión de los Destinos de Calidad.

Participamos en las Mesas de Calidad de los destinos andaluces, responsables de decidir las propuestas a presentar al Comité Interdestinos.

Continuaremos celebrando Foros SICTED para el intercambio de ideas y experiencias entre profesionales implicados en la metodología.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Crear una herramienta de trabajo que permita la colaboración entre destinos SICTED.
- Incrementar el número de destinos SICTED en Andalucía con respecto al período anterior.
- Incrementar el número de empresas distinguidas con respecto al período anterior.
- Facilitar la transferencia de conocimiento y experiencia entre Destinos.
- Nº empresas adheridas desde el inicio del plan respecto del total.



## ACTUACIÓN 01.02

### Reconocimiento y visualización de empresas y espacios certificados / distinguidos de Andalucía a través de acciones de difusión.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo del turista.

#### DESCRIPCIÓN

El Directorio de Establecimientos y Espacios Certificados tiene como finalidad el reconocimiento y apoyo a la calidad turística de las empresas andaluzas del sector que trabajan bajo criterios reconocidos de calidad y excelencia.

Su publicación constituye una forma más de dar difusión a estas entidades y espacios que trabajan día a día para la mejora del sector turístico.

Además de la edición digital de este catálogo se pretende otorgar un cariz interactivo a dicha publicación permitiendo la inclusión de valoraciones y comentarios por parte de usuarios/ as de estas empresas.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Continuar generando un soporte para la difusión y promoción de empresas y espacios certificados de Andalucía.

- Incrementar el número de empresas y espacios certificados en Andalucía en materia de calidad turística, gestión medioambiental y accesibilidad, dándoles a dichos resultados la máxima difusión posible.

## ACTUACIÓN 01.03

### Actuaciones que persigan la puesta en valor de normas de calidad turística.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo del turista.

#### DESCRIPCIÓN

Andalucía cuenta con una larga trayectoria en el desarrollo de proyectos vinculados a la implantación de certificaciones, distintivos y marcas de calidad y excelencia turística.

Otorgar una mayor notoriedad a las mismas y hacer que el turista las identifique de manera positiva pudiendo incidir así en sus hábitos de consumo supone incrementar el número de actuaciones que permitan dar esa visibilidad a estos iconos de buena gestión en el ámbito turístico.

La presente actuación pretende, por ello, acercar a la ciudadanía y al turista los diferentes distintivos de calidad apoyados por la Consejería de Turismo y Comercio.

Asimismo, a través de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, se habilitarán aquellas vías que permitan acciones promocionales específicas así como formas de priorizar estas certificaciones en procesos de búsqueda dentro de su web.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Instituto de la Calidad Turística Española (ICTE).  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación ICTE.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Colaborar en aquellos eventos y campañas de difusión e impulso que tengan como fin el impulso y promoción de la Marca Q de Calidad Turística. (se establece un mínimo: de 3).
- Otorgar mayor visibilidad a la marca y reconocimiento por parte del turista.



## ACTUACIÓN 01.04

### Participación en organismos nacionales e internacionales de apoyo a la calidad turística. Comités de Normalización / Comités de Sectorización del ICTE.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo de la persona turista.

#### DESCRIPCIÓN

Los Comités de Normalización y de Sectorización constituyen grupos de trabajo organizados por el Instituto de la Calidad Turística Española (ICTE) en los que tienen representación la administración pública, el sector turístico empresarial, organizaciones de consumidores y usuarios, universidades y personal experto en la materia. Estos comités tienen dos funciones principales y de manera respectiva: por un lado, elaborar y aprobar las normas de calidad turística para los diferentes subsectores a nivel estatal, y por otro, comprobar el cumplimiento de los requisitos contemplados en las citadas normas por parte de las empresas candidatas a la obtención de la Marca Q de Calidad Turística.

En los últimos años se ha iniciado un proceso de transposición de normas del ICTE a normas UNE, de carácter estatal. Proceso en el que está implicado de forma directa el organismo impulsor de estas últimas, la Agencia Española de Normalización (AENOR). Del mismo modo, el ICTE participa en proyectos de normas de calidad a nivel internacional a través de la International Organization for Standardization (ISO).

La participación de la Junta de Andalucía ha sido constante desde la constitución de estos grupos, tanto para la creación de nuevas normas de calidad, como para la mejora de las ya existentes, proponiendo continuarla e incluso aumentarla para asegurar la defensa de los intereses de las empresas turísticas andaluzas.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio  
Instituto de la Calidad Turística (ICTE)

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública  
Cooperación Pública-Privada

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Mantener la participación efectiva de la Consejería de Turismo y Comercio en la elaboración de normas sectoriales que profundicen en la calidad en los destinos.

## ACTUACIÓN 01.05

### Estudio y análisis de la Satisfacción de la Persona Turista en Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

El PCTA 1420 pretende asumir alguna de las actuaciones que, contempladas ya en el anterior PCTA1012 y no siendo finalmente ejecutadas, presentan una gran utilidad para el futuro desarrollo de proyectos y mejoras en el sector turístico andaluz.

Conocer aquellos factores que inciden de forma directa en la satisfacción de quienes visitan Andalucía constituye un elemento de gran valor a la hora de diseñar estrategias y proyectos de calidad que tengan como premisa básica conseguir la satisfacción de la persona turista.

La presente actuación tiene por objeto llevar a cabo a través del Sistema de Análisis y Estadística de Andalucía (SAETA), un estudio y análisis de la satisfacción de la persona turista en la región andaluza.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio  
SAETA

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Identificar los principales factores que inciden de forma directa en la satisfacción de la persona turista.
- Posibilitar la inclusión de factores que inciden en la satisfacción de la persona turista en aquellos proyectos y actuaciones gestionados a través de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.
- Obtener datos desagregados por sexos relativos a la satisfacción de las personas turistas.

## Programa 2. Destinos Accesibles.

El presente programa pretende impulsar aquellos proyectos que fomenten el reconocimiento y la incorporación de criterios y medidas vinculadas a la Accesibilidad en establecimientos y servicios turísticos. Del mismo modo, esta línea de trabajo favorecerá aquellas actuaciones que persigan la sensibilización y la información sobre la importancia y necesidad de crear entornos, productos y servicios accesibles para todas las personas.

### Actuaciones

**A.2.1** Estudio y análisis, con perspectiva de género, de la situación del sector turístico andaluz en materia de accesibilidad turística.

**A.2.2** Apoyo a empresas y servicios turísticos para la implantación de criterios de accesibilidad en sus establecimientos.

**A.2.3** Desarrollo de herramientas para la difusión y conocimiento de buenas prácticas en accesibilidad dirigidas a las empresas turísticas.

**A.2.4** Distintivo de Accesibilidad Turística.

**A.2.5** Acciones de sensibilización sobre la accesibilidad en la empresas y servicios turísticos.

**A.2.6** Adaptación de la normativa turística incorporando criterios de accesibilidad como elementos de valor.

**A.2.7** Apoyo e incentivo a la mejora de la accesibilidad en establecimientos y empresas turísticas.



## ACTUACIÓN 02.01

### Estudio y análisis de la situación del sector turístico andaluz en materia de accesibilidad turística.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia

#### PROGRAMA 01

Destinos Excelentes

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo de la persona turista.

#### DESCRIPCIÓN

El contexto turístico andaluz actual así como la creciente importancia otorgada a la accesibilidad en el ámbito turístico requieren llevar a cabo un proceso de reflexión sobre el grado en el que los destinos turísticos andaluces son accesibles.

Analizando la profundidad y el alcance en el que éstas medidas están siendo implantadas podremos conocer qué aspectos son prioritarios y en qué ámbitos debemos volcar al máximo nuestro esfuerzo para alcanzar “un turismo para todos/ as”.

Se llevará a cabo, por tanto, un Estudio y Análisis del sector que permita conocer con el máximo detalle el grado de accesibilidad

implantado en los destinos turísticos andaluces, pudiendo este estudio realizarse de manera global o sectorizada a fin de obtener el los mejores resultados.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.  
SAETA.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Conocer, mediante la realización de un estudio, el grado de accesibilidad de los destinos turísticos andaluces.
- Conocer el número de establecimientos turísticos accesibles en Andalucía.
- Conocer los principales destinos andaluces que mayor grado de adaptación presentan para personas con discapacidad.
- Conocer los principales puntos débiles y susceptibles de mejora en materia de accesibilidad en los destinos turísticos andaluces.
- Conocer datos desagregados por sexo en materia de accesibilidad.

## ACTUACIÓN 02.02

### Apoyo a empresas y servicios turísticos para la implantación de criterios de accesibilidad global en sus establecimientos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 02

Destinos Accesibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/as.

#### DESCRIPCIÓN

La adopción de un sistema de gestión de accesibilidad Universal garantiza a todas las personas, con independencia de su edad o discapacidad, las mismas posibilidades de acceso a cualquier parte del entorno construido y al uso y disfrute de los servicios en ellos prestados con la mayor autonomía posible en su utilización.

La implantación de la NORMA UNE 17001-2 de Accesibilidad Universal supone un compromiso social de una empresa u organización con la igualdad de derechos y oportunidades para todas las personas, independientemente de sus capacidades.

De esta forma, cualquier turista puede acceder a un entorno y recibir los servicios que en él se presten, pues la empresa habrá dota-

do de accesibilidad sus entornos y habrá tenido en consideración los procesos de prestación de los servicios de forma que pueden llegar a todas las personas.

A través de la presente actuación se pretende, por ello, apoyar y dar impulso a la Implantación de la norma UNE 17001-2 de Accesibilidad Global.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Empresa Auditora y Certificadora de la norma UNE 17001-2.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública  
Cooperación Pública-Privada

#### Medios propios CTC

Cooperación Pública-Pública  
Cooperación Pública-Privada

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Alcanzar el máximo número de Implantación de la Norma de Accesibilidad en los establecimientos y espacios de turismo de Andalucía.



## ACTUACIÓN 02.03

### Desarrollo de herramientas para la difusión y conocimiento de buenas prácticas en accesibilidad dirigidas a las empresas turísticas.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 02

Destinos Accesibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/ as.

#### DESCRIPCIÓN

Apoyar formas de turismo más inclusivas e integradoras que permitan un verdadero "turismo para todos" supone trabajar desde la administración pública andaluza en una serie de herramientas que permitan atender con niveles de calidad a todas aquellas personas que presentan algún tipo de discapacidad.

La elaboración de un decálogo/ manual de buenas prácticas que permita ofrecer una atención específica a las personas que lo requieran, teniendo en cuenta un amplio espectro de discapacidades: motora, visual, orgánica, intelectual, auditiva, del habla etc., constituye una tarea de gran relevancia para acercarnos a un turismo más igualitario. Así, enfocando la accesibilidad desde una perspectiva más cercana, asumirla como elemento "de calidad" en

el trato a las personas, podemos contribuir a la eliminación de barreras no solo físicas sino también sociales.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Dirección General de Personas con Discapacidad.

Entidades y organizaciones representantes de colectivos de personas con Discapacidad.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública  
Cooperación Pública-Privada

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Crear una herramienta de trabajo que oriente al personal de establecimientos turísticos en materia de atención a personas con discapacidad.
- Conseguir instaurar buenas prácticas en atención a personas con discapacidad en establecimientos turísticos.
- Contribuir al Impulsar un turismo inclusivo, igualitario y sin barreras.

## ACTUACIÓN 02.04

### Distintivo de accesibilidad turística.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 02

Destinos Accesibles

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/ as.

#### DESCRIPCIÓN

Aquellos establecimientos y servicios que presten una especial atención a personas con discapacidad, que les permitan el desarrollo de actividades en igualdad de condiciones al resto de turistas, que ofrezcan un trato adaptado a sus necesidades especiales, deben tener una especial mención dentro del panorama turístico andaluz. Así, la creación de un distintivo que premie este esfuerzo, que ponga en valor la conciencia social y la empatía hacia aquellos/as que lo necesitan, ha de ser otra de las actuaciones que traten de incardinar la accesibilidad, no como un elemento extraordinario, sino como una premisa básica en la gestión de servicios.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales. Dirección General de Personas con Discapacidad.

Entidades y organizaciones representantes de colectivos de personas con Discapacidad.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Generar un distintivo para premiar el esfuerzo de establecimientos y servicios turísticos que trabajan incorporando las buenas prácticas en accesibilidad para la gestión.
- Llevar a cabo actuaciones de difusión y promoción del distintivo de accesibilidad turística.
- Conseguir que los establecimientos se distingan con el distintivo de accesibilidad.
- Impulsar un turismo inclusivo, igualitario y sin barreras.

## ACTUACIÓN 02.05

### Acciones de Sensibilización sobre la accesibilidad en las empresas y servicios turísticos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 02

Destinos Accesibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/ as.

#### DESCRIPCIÓN

La consecución de un turismo abierto e inclusivo para todos supone beneficios de muy diversa índole, destacando entre ellos por un lado, los sociales, porque coadyuva a la eliminación de todo tipo de barreras y fomenta la libertad de las personas independientemente de su grado de discapacidad, y por otro, económicos y laborales, porque supone el surgimiento de un potencial nicho de mercado de personas para el que hay que generar servicios adaptados, y formar a personas para que sepan atenderlos.

Dar a conocer y acercar a las empresas andaluzas la importancia de ofrecer servicios turísticos accesibles conlleva generar aquellos escenarios, jornadas, espacios y eventos donde se posibilite el desarrollo de acciones de información y difusión en materia de accesibilidad.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales. Dirección General de Personas con Discapacidad.

Entidades y organizaciones representantes de colectivos de personas con Discapacidad.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Favorecer la concienciación de las empresas turísticas andaluzas sobre la importancia de ofrecer productos y servicios turísticos accesibles.
- Crear espacios y encuentros para la concienciación empresarial en esta materia. (mínimo 3).
- Impulsar un turismo inclusivo, igualitario y sin barreras.

**ACTUACIÓN 02.06****Adaptación de la normativa turística incorporando criterios de accesibilidad como elementos de valor.****LÍNEA ESTRATÉGICA**

Excelencia.

**PROGRAMA 02**

Destinos Accesibles.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/ as.

**DESCRIPCIÓN**

Desde la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo se trabajará en la mejora y modificación de la normativa aplicable al sector turístico incorporando criterios de accesibilidad a establecimientos y servicios turísticos.

Si bien para la eliminación de barreras arquitectónicas existe un marco normativo estatal que ha de ser asumido y aplicado por las comunidades autónomas, el incluir criterios de accesibilidad como valor añadido a las empresas para incrementar y mejorar su categoría y clasificación permite dar un mayor peso a esta materia.

**AGENTES QUE INTERVIENEN**

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio

**INSTRUMENTO EJECUCIÓN**

Medios propios CTC.  
Colaboración Pública-Pública.  
Colaboración Pública-Privada.

**RESULTADOS ESPERADOS**

- Adaptar la normativa turística vigente en nuestra Comunidad incluyendo criterios de accesibilidad que influyan en la categoría y clasificación de los establecimientos y servicios turísticos.
- Incluir criterios relativos tanto a la eliminación total de barreras arquitectónicas como a la atención especializada del cliente con discapacidad.

## ACTUACIÓN 02.07

### Apoyo e incentivo a la mejora de la accesibilidad en establecimientos y empresas turísticas.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 02

Destinos Accesibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/as.

#### DESCRIPCIÓN

A fin de posibilitar una mejora en materia de accesibilidad en establecimientos turísticos, se llevará a cabo la habilitación de una línea de incentivo que integre como conceptos subvencionables, entre otros, la reserva de espacios para personas discapacitadas, el aumento del número de habitaciones para personas discapacitadas por encima de lo exigido por la normativa vigente y la creación de itinerarios accesibles dentro de establecimientos de alojamiento turístico o la Implantación de sistemas de señalización acústica y visual.

La creación de productos turísticos accesibles dirigidos a personas con discapacidad será también objeto de esta línea de ayuda.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Colaboración Pública-Pública

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Conseguir que del total de los proyectos subvencionados, al menos el 50% contengan conceptos vinculados a la accesibilidad.

### Programa 3. Destinos Sostenibles.

La cooperación con aquellos proyectos de carácter nacional e internacional que impulsen el reconocimiento y favorezcan la incorporación de criterios medioambientales en el litoral andaluz constituye una herramienta de gran utilidad a la hora de abordar la sostenibilidad turística.

Igualmente, continúa siendo una prioridad el difundir y promocionar aquellos espacios turísticos que ostentan certificaciones y reconocimientos de carácter medioambiental ya que son estos espacios ejemplos vivos de buen trabajo y responsabilidad con el medio.

En este sentido y teniendo en cuenta el cariz transversal de esta disciplina, se

hace necesario el fomentar la colaboración y la participación activa con aquellas administraciones públicas y demás organismos vinculados a esta temática, en aquellos eventos de referencia sobre sostenibilidad.

Del mismo modo, esta colaboración y cooperación será un instrumento básico y fundamental a la hora de impulsar aquellas estrategias de cooperación público-privadas en materia de sostenibilidad entre entidades y administraciones con incidencia en el ámbito turístico.

#### Actuaciones

**A.3.1** Estudio y análisis, con perspectiva de género, de la situación del sector turístico andaluz en materia de sostenibilidad turística.

**A.3.2** Programa Bandera Azul: impulso de programas de calidad turística en el litoral andaluz.

**A.3.3** Impulso y difusión de Usos y Hábitos turísticos Sostenibles en espacios naturales protegidos.

**A.3.4** Potenciar el consumo de productos ecológicos y autóctonos como atractivos turístico.

**A.3.5** Adaptación y revisión de la normativa turística en relación al cumplimiento de criterios de sostenibilidad.

**A.3.6** Apoyo e incentivo a la incorporación de medidas que incrementen la sostenibilidad de establecimientos y empresas turísticas.



## ACTUACIÓN 03.01

### Estudio y análisis de la situación del sector turístico andaluz en materia de sostenibilidad turística.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 03

Destinos Sostenibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar destinos turísticos sostenibles que permitan un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

#### DESCRIPCIÓN

Andalucía aspira a establecerse como un referente en sostenibilidad, creatividad y rentabilidad económica y social.

Para ello, se hace necesario la realización de un análisis del modelo de prestación de servicios turísticos conforme al principio de sostenibilidad.

Habrá que valorar la influencia del entorno medioambiental, los recursos turísticos, el patrimonio histórico-cultural, la economía del sector y su repercusión social.

Este Análisis será un instrumento básico para impulsar estrategias futuras que incidan en el ámbito turístico en materia de sostenibilidad.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Conocer, mediante la realización de un estudio, el grado de implantación de medidas que contribuyen a la sostenibilidad de los destinos turísticos andaluces, destacando los principales destinos que apuestan por estas prácticas.
- Disponer de un informe que posibilite la comparativa entre provincias y sectores turísticos.
- Conocer el número de establecimientos turísticos sostenibles en Andalucía.
- Conocer prácticas de éxito en materia de sostenibilidad turística implantadas en otros ámbitos (países, comunidades autónomas, etc).
- Conocer los principales puntos débiles y susceptibles de mejora en materia de accesibilidad en los destinos turísticos andaluces.
- Conocer datos desagregados por sexo.

**ACTUACIÓN 03.02****Programa Bandera Azul: Impulso de programas de calidad turística en el litoral andaluz.****LÍNEA ESTRATÉGICA**

Excelencia.

**PROGRAMA 03**

Destinos Sostenibles.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Generar destinos turísticos sostenibles que permitan un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

**DESCRIPCIÓN**

La Bandera Azul es un distintivo que otorga anualmente la Fundación de Educación Ambiental (FEE) a las playas, puertos y centros que cumplen una serie de condiciones ambientales y de instalaciones.

La campaña Bandera Azul se desarrolla anualmente en más de 40 Estados de cinco continentes, siendo su objetivo final, a medio plazo, conseguir un desarrollo sostenible del turismo y una gestión ambiental en el conjunto del litoral del municipio, congruente con la gestión ambiental que Bandera Azul exige, para cada playa y su entorno.

ADEAC (Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor), cofundadora de la FEE, concede también anualmente distinciones temáticas a algunos municipios españoles con playas con Bandera Azul, que hayan realizado un esfuerzo especial y difundible como ejemplo de excelencia en diversas materias.

La Consejería de Turismo y Comercio colabora con este proyecto mediante la difusión y el impulso del distintivo, y la participación en la coordinación de los actos de distinción y entrega de Banderas en Andalucía.

**AGENTES QUE INTERVIENEN**

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

**INSTRUMENTO EJECUCIÓN**

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación FEE y ADEAC.

**RESULTADOS ESPERADOS**

- **Alcanzar un número de banderas azules, en sus diferentes categorías, superior, al obtenido durante la vigencia del plan anterior.**



## ACTUACIÓN 03.03

### Impulso y difusión de usos y hábitos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 03

Destinos Sostenibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar destinos turísticos sostenibles que posibiliten un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

#### DESCRIPCIÓN

Una gestión sostenible del territorio debe ser la base de cualquier política de planificación sectorial. En este sentido, las Administraciones Públicas deben hacer del turismo una actividad sostenible en su relación con el espacio y los recursos.

Fomentar las características y vertientes del turismo dedicado a la observación de la fauna, la flora y otros ámbitos naturales, así como las vías para la comercialización y promoción turística de lugares, es fundamental para conservar el patrimonio natural y ser sensibles con su realidad.

Esta actuación pretende articular una vía de colaboración con la administración competente en materia de medio ambiente para difundir usos y hábitos turísticos sostenibles en espacios natura-

les, a través de campañas y acciones de difusión y divulgación en eventos de referencia que se celebren. Se tendrá en cuenta de forma prioritaria a aquellos espacios que cuenten con la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Gestión Integral del Medio Ambiente y Agua de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Participación en eventos de referencia en materia de sostenibilidad para reforzar el turismo sostenible en espacios naturales protegidos de Andalucía (ejemplo: "Día Europeo de los Parques").
- Comenzar a desarrollar acciones de difusión de usos y hábitos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos.

## ACTUACIÓN 03.04

### Potenciar las rutas gastronómicas de productos ecológicos como atractivo turístico.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 03

Destinos Sostenibles

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar destinos turísticos sostenibles que permitan un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

#### DESCRIPCIÓN

El desarrollo del Turismo Sostenible hace necesaria la actuación directa en la puesta en valor de los recursos alimentarios de carácter ecológico.

La apuesta por recuperar y potenciar métodos tradicionales en la elaboración de productos autóctonos y con certificación ecológica e incorporarlos a la alimentación de la persona turista, conlleva desarrollar actuaciones conjuntas entre los ámbitos público y privado.

El trabajo conjunto con otras administraciones facilitará la implantación de la cocina ecológica en los destinos turísticos y también la organización de visitas, recorridos o rutas temáticas en fincas con manejo ecológico, de modo que de la persona turista vincule

la alimentación con estos productos con los servicios ambientales que presta su producción.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Dirección General de Calidad, Industrias Agroalimentarias y Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

Dirección General de Espacios Naturales y Participación Ciudadana de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Elaboración de programas de trabajo conjuntos entre la Consejería de Turismo y Comercio y la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural con empresas, asociaciones y entidades vinculadas a la producción y el consumo de productos ecológicos para potenciar y desarrollarlo como atractivo turístico.
- Elaboración de guías de itinerarios de visita a explotaciones agrícolas y ganaderas con alto valor ambiental.

## ACTUACIÓN 03.05

### Adaptación y revisión de la normativa turística en relación al cumplimiento de criterios de sostenibilidad.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 03

Destinos Sostenibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar destinos turísticos sostenibles que posibiliten un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

#### DESCRIPCIÓN

La sostenibilidad como modelo de gestión, respetuoso con el entorno y con quienes los impulsan, debe contemplarse en las diferentes materias del proceso de desarrollo normativo turístico.

Se hace imprescindible favorecer la calidad en los destinos a partir de una regulación y adaptación normativa que atienda a criterios de sostenibilidad, teniendo en cuenta la defensa de los valores locales, el desarrollo del tejido empresarial, la cooperación, la implicación social, la cohesión territorial, la innovación y el desarrollo.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Adaptar y revisar la normativa turística aplicable en Andalucía incluyendo criterios de sostenibilidad.



### ACTUACIÓN 03.06

**Apoyo e incentivo a la incorporación de medidas que incrementen la sostenibilidad en establecimientos y empresas turísticas.**

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 03

Destinos Sostenibles.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar destinos turísticos sostenibles que posibiliten un desarrollo económico de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

#### DESCRIPCIÓN

Creación de productos turísticos sostenibles que acrediten y muestren explícitamente el desarrollo de prácticas turísticas respetuosas con la naturaleza y el medio ambiente.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Establecer una línea de ayudas e incentivos que incorporen criterios relacionados con la materia de sostenibilidad turística.
- Del total de proyectos subvencionados mediante la presente orden, que el 50% contengan criterios de sostenibilidad por encima de la normativa obligatoria.

## Programa 4. Destinos Protectores.

El hacer de los destinos andaluces lugares seguros a los que viajar, que respeten los derechos de las personas usuarias turísticas y los orienten y acojan cuando surja alguna incidencia es, sin lugar a dudas, motivo de peso para desarrollar y trabajar aquellas herramientas vinculadas a la protección de las personas usuarias turísticas contempladas ya en la Ley 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo de Andalucía.

En este sentido, este programa prevé la colaboración con aquellos organismos, pertenecientes tanto al ámbito público como privado, que tienen por objeto velar y proteger los derechos de las personas consumidoras turísticas. Impulsar proyectos que persigan este fin es más que un área de trabajo, se trata de un compromiso.

Difundir y promover todos aquellos instrumentos y canales de información y gestión que coadyuvan a la participación activa por parte de los consumidores turísticos en la defensa de sus derechos, así como colaborar con la Inspección Turística en la puesta en marcha de aquellos mecanismos que permitan conocer posibles puntos de mejora en establecimientos turísticos de Andalucía son igualmente pilares básicos de este programa de actuaciones.

### Actuaciones

**A.4.1** Desarrollo normativo para el impulso y creación de la Unidad para la Asistencia al Turista contemplada en la Ley 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía.

**A.4.2** Desarrollo de protocolo/decalogo en materia de resolución de conflictos para el personal de establecimientos turísticos en contacto con la persona usuaria turística.

**A.4.3** Habilitación de las Oficinas de Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio como “centros express” de resolución de conflictos.

**A.4.4** Desarrollo de protocolo de actuación para la agilización de resolución de conflictos en los destinos turísticos.

**A.4.5** Formación del personal de las Oficinas de Turismo en materia de resolución de conflictos, quejas y reclamaciones.

**A.4.6** Impulso y difusión de los Sistemas de Mediación y Arbitraje e Interposición de Hojas de Quejas y Reclamaciones.

**A.4.7** Edición de material informativo relativo a la protección y defensa de los derechos de la persona turista.

**A.4.8** Creación de Instrumentos para el análisis, con perspectiva de género, y detección de infracciones frecuentes colaborando con los Planes de Inspección de Turismo de Andalucía.



## ACTUACIÓN 04.01

### Desarrollo normativo para el impulso y creación de la Unidad para la Asistencia al Turista contemplada en la Ley 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

La Ley 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía, en el Capítulo III, artículo 27, contempla la creación de la Unidad de Asistencia para el Turista como figura organizativa a través de la cual se deben articular aquellos mecanismos e instrumentos que velen por la protección de los derechos de las personas consumidoras turísticas.

La presente actuación recoge todos aquellos trabajos, procesos e investigaciones, así como el análisis de la legislación vigente tanto en materia de consumo como en materia turística, que posibiliten el desarrollo normativo de la citada unidad.

Este desarrollo normativo vendrá amparado por los acuerdos de colaboración correspondientes con las administración competente en materia de consumo así como con aquellas entidades que representen al conjunto de las personas consumidoras.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Federación Andaluza de Usuarios y Consumidores de Andalucía (FACUA).

Federación Andaluza de Consumidores y Amas de casa (Al-andalus).

Unión de Consumidores de Andalucía (UCA-UCE).

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Alcanzar el máximo desarrollo normativo en relación a la Unidad para la Asistencia al Turista.

## ACTUACIÓN 04.02

### Desarrollo de protocolo/decálogo en materia de resolución de conflictos para el personal de establecimientos turísticos en contacto con el/la usuario/a turístico/a.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

Elaboración de un protocolo de actuación para establecimientos turísticos que permita establecer las pautas y pasos a seguir por el personal en contacto con el público en los casos en que se produzca un conflicto, queja o reclamación por parte de la/el usuaria/o turística/o.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Federación Andaluza de Usuarios y Consumidores de Andalucía (FACUA).

Federación Andaluza de Consumidores y Amas de casa (Al-andalus).

Unión de Consumidores de Andalucía (UCA-UCE).

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Contar con una herramienta documental que permita orientar al personal de establecimientos turísticos en contacto con el cliente para que ofrezcan un buen servicio a la hora de atender un conflicto, queja o reclamación.

- Difundir a través de la página web de la Consejería de Turismo y Comercio el protocolo de actuación permitiendo su descarga.

- Colaborar con el servicio de Inspección de la Consejería de Turismo y Comercio para conocer el grado de difusión del protocolo de actuación.

- Incluir en la normativa turística como criterio de valoración el estar en posesión del protocolo de actuación.

## ACTUACIÓN 04.03

### Habilitación de las Oficinas de Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio como “centros express” de resolución de conflictos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

Se pretende llevar a cabo la habilitación de las Oficinas de Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio como espacios en los que se desarrolle un procedimiento previo al establecido por la Secretaría General de Consumo de la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales para la interposición de quejas y reclamaciones.

Debido a las características propias del consumidor/a turístico/a se hace necesario un sistema que permita solventar conflictos de forma rápida, a ser posible, antes de que la persona turista abandone el destino.

Este procedimiento, para el cual se formará en esta materia al personal de la oficinas de turismo, pretende ofrecer una primera opción o alternativa más rápida al sistema actual ofrecido por la Secretaría General de Consumo.

La persona turista que haya interpuesto una Hoja de Quejas y Reclamaciones en un establecimiento podrá acudir a las Oficinas de Turismo habilitadas a tal efecto para mediar con la entidad reclamada, no siendo necesario que la Hoja de Quejas y Reclamaciones siga su curso de tramitación en caso de que se alcance un acuerdo entre ambas partes.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Oficinas de Información Turística de la Junta de Andalucía.  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Conseguir un sistema de resolución de conflictos ágil y rápido, previo al procedimiento ordinario de Interposición de Quejas y Reclamaciones y al sistema de Mediación y Arbitraje que lleva asociado.
- Integrar a todas las Oficinas de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía.
- Reducir el número de Hojas de Quejas y Reclamaciones Oficiales interpuestas a establecimientos turísticos.



## ACTUACIÓN 04.04

### Desarrollo de protocolo de actuación para la agilización de resolución de conflictos en los destinos turísticos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

Elaboración de un protocolo de actuación que sirva de guía al personal de las Oficinas de Turismo habilitadas como “centros express” para la mediación en la resolución de conflictos en destinos turísticos.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Federación Andaluza de Usuarios y Consumidores de Andalucía (FACUA).

Federación Andaluza de Consumidores y Amas de casa (Al-andalus).

Unión de Consumidores de Andalucía (UCA-UCE).

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Crear una herramienta de trabajo documental para el personal de las oficinas de turismo en la mediación de conflictos y resolución de quejas y reclamaciones.

- Prestar un servicio estandarizado y homogéneo en términos de calidad en todas las oficinas acogidas al proyecto.

## ACTUACIÓN 04.05

### Formación del personal de las Oficinas de Turismo en materia de resolución de conflictos, quejas y reclamaciones.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

El personal de aquellas oficinas de turismo habilitadas como “centros express” de resolución de conflictos requerirán una formación específica relativa al proceso vigente de Interposición de Hojas de Quejas y Reclamaciones y sobre la Mediación y Arbitraje que este proceso lleva asociado.

Independientemente de la labor previa que estos centros habilitados realicen para intentar solventar conflictos entre personas turísticas y establecimientos, el personal deberá conocer cuáles son los canales y medios oficiales habilitados por la Secretaría General de Consumo en esta materia.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Oficinas de Información Turística de la Junta de Andalucía.

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Contar, en las oficinas de turismo dependientes de la Consejería de Turismo y Comercio, con personal formado, que conozca el protocolo de actuación elaborado por la Consejería de Turismo y Comercio para la resolución rápida de conflictos así como el procedimiento oficial existente en materia de Resolución de Conflictos e Interposición de Hojas de Quejas y Reclamaciones.

- Llevar a cabo un proceso de formación efectivo en materia de Resolución de Conflictos enfocado al personal de las distintas Oficinas de Turismo acogidas al proyecto

## ACTUACIÓN 04.06

### Impulso y difusión del Sistema de Mediación y Arbitraje e Interposición de Hojas de Quejas y Reclamaciones de la Junta de Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

Facilitar a través de la página web de la Consejería de Turismo y Comercio el enlace directo a la página web de la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales, en concreto, al área de Consumo.

Facilitar a través de la web de la Consejería de Turismo y Comercio el enlace directo para la tramitación de Hojas Telemáticas para la interposición de Quejas y Reclamaciones de la Junta de Andalucía.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de

la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación. Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- **Habilitar otras vías y canales distintos al presencial para la formalización e interposición de Quejas y Reclamaciones.**

**ACTUACIÓN 04.07****Edición de material informativo relativo a la protección y defensa de los derechos de la persona turista.****LÍNEA ESTRATÉGICA**

Excelencia.

**PROGRAMA 04**

Destinos Protectores.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

**DESCRIPCIÓN**

Elaboración y edición de material informativo para las personas turistas que permita su orientación en aquellos casos en los que se produzca alguna incidencia en relación a un servicio turístico o alguna situación de desamparo.

Este material contemplará información relativa el procedimiento habitual para la interposición de Quejas y Reclamaciones así como aquella que pueda resultar de interés en caso de robo o pérdida de documentación.

**AGENTES QUE INTERVIENEN**

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Secretaría General de Consumo. Consejería Administración Local y Relaciones Institucionales.

Federación Andaluza de Usuarios y Consumidores de Andalucía (FACUA).

Federación Andaluza de Consumidores y Amas de casa (AI-andalus).

Unión de Consumidores de Andalucía (UCA-UCE)

**INSTRUMENTO EJECUCIÓN**

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

**RESULTADOS ESPERADOS**

- Disponer de un material sencillo (tríptico o similar) que ofrezca información sobre las distintas vías existentes para la resolución de conflictos y situaciones de desamparo de la persona turista, que pueda ser entregado a la persona turista en los establecimientos turísticos y oficinas.
- Evitar situaciones de desamparo de las personas turistas.
- Favorecer el máximo conocimiento de sus derechos por parte de las personas turistas.

## ACTUACIÓN 04.08

### Creación de Instrumentos para el análisis y Detección de infracciones frecuentes colaborando con los Planes de Inspección de Turismo de Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Excelencia.

#### PROGRAMA 04

Destinos Protectores.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Alcanzar la máxima protección de las personas consumidoras turísticas poniendo en marcha aquellos mecanismos que contribuyan al refuerzo de todos sus derechos.

#### DESCRIPCIÓN

El análisis de los motivos causantes de quejas, reclamaciones e incidencias en el sector turístico andaluz se establece como una de las prioridades básicas y objeto de compromiso en el Acuerdo por la Excelencia de Andalucía como Destino Turístico firmado entre esta Consejería y aquellas asociaciones y entidades representativas de los consumidores y usuarios de Andalucía.

En este sentido se hace necesario tener en cuenta la implicación que en esta materia presentan las distintas Delegaciones Territoriales de la Consejería de Turismo y Comercio como principales centros receptores de esta información al contar, estos organismos, con Secciones específicas de Inspección y Sanciones.

La presente actuación consiste, por tanto, en la elaboración de una herramienta informática de carácter común a todas las Delegaciones que permita el volcado y la correcta canalización de la información. Este tratamiento de datos permitirá hacer incidencia y profundizar en aquellos puntos del servicio turístico andaluz susceptible de mejora.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Delegaciones Territoriales.

Secretaría General Técnica de la CTC. Servicio de Informática.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Obtener información en relación a quejas y reclamaciones de las distintas Delegaciones Territoriales.
- Recibir esta información de manera periódica.
- Permitir la clasificación y análisis de esta información para la elaboración de informes y estadísticas.
- Colaborar con la administración competente en materia de Consumo para la posible implementación de mejoras en los servicios.



### LÍNEA DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN:

En el panorama turístico actual, sometido a cambios continuos en el comportamiento de la demanda, la innovación se convierte en un elemento imprescindible para incrementar la competitividad y mantener el liderazgo.

La innovación en turismo debe concebirse como una estrategia que genere valor y cubra las expectativas de la clientela, no sólo en términos tecnológicos, sino también sociales, ambientales, culturales, etc.

En este contexto, el plan propone esta línea que surge ante la necesidad de apoyar la innovación desde dos vertientes: por un lado, fomentando el desarrollo de herramientas innovadoras que coadyuven a la mejora en la gestión empresarial de establecimientos turísticos, y por otro, favoreciendo el desarrollo de segmentos turísticos innovadores y poco consolidados, que responden a nuevas motivaciones y exigencias de las personas turistas, y que a su vez, contribuyen a la ruptura de la estacionalidad del sector y al impulso del empleo generando nuevos flujos y corrientes turísticas.

Así mismo, la estrecha relación que existe entre la capacidad de innovar y la cualificación de los recursos humanos, hace que la formación y profesionalización de las personas trabajadoras del sector turístico sea también una de las premisas principales de este eje estratégico de trabajo.

Los programas que se abordan en esta línea son:

**Programa 5: Innovación Tecnológica.**

**Programa 6: Profesionales Turísticos.**

**Programa 7: Apoyo a Segmentos Emergentes.**

### Programa 5. Innovación Tecnológica.

En nuestra estrecha colaboración con AndalucíaLab continuamos impulsando la incorporación del conocimiento tecnológico y la innovación a las pequeñas empresas que configuran la industria turística, especialmente desde el punto de vista de la comercialización y el aumento de la productividad.

#### Actuaciones

**A.5.1 Apoyo a Andalucía Lab y al “Centro de Innovación Turística de Andalucía”. Desarrollo de actuaciones para la modernización e innovación de las empresas y servicios turísticos de Andalucía.**

**A.5.2 Impulso a la investigación en materia de excelencia y proyectos de I+D+I que tengan entre sus fines la mejora del sector turístico andaluz.**

## ACTUACIÓN 05.01

### Apoyo a Andalucía Lab y al “Centro de Innovación Turística de Andalucía”. Desarrollo de actuaciones que favorezcan la innovación en las empresas y servicios turísticos de Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

#### PROGRAMA 05

Innovación Tecnológica.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

El Centro de Innovación Turística de Andalucía es una fundación impulsada por la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía y constituida por otras 21 entidades públicas y privadas del sector turístico: Patronatos de Turismo, Centros Tecnológicos, Universidades, Asociaciones Empresariales y Agentes Económicos y Sociales.

El motor del CINNTA es Andalucía Lab, que impulsa la incorporación del conocimiento tecnológico y la innovación a las pequeñas empresas que configuran la industria turística, especialmente desde el punto de vista de la comercialización y el aumento de la productividad con el objetivo de mejorar la competitividad.

Engloba servicios y herramientas diseñadas para impulsar a las pymes andaluzas mediante investigación y transferencia de conocimiento, formación y consultoría. Redes sociales, reputación

de marca y accesibilidad son distintivo de calidad, competitividad y diferenciación.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Maximizar nº de emprendedores/as y pymes formados en innovación.
- Mejorar la competitividad del sector turístico con nuevas tecnologías.
- Crear oportunidades en la nueva economía digital.
- Aumentar la productividad del sector turístico en Andalucía.

## ACTUACIÓN 05.02

### Impulso a la Investigación en materia de Excelencia y proyectos de I+D+I que tengan entre sus fines la mejora del sector turístico andaluz.

La Corporación Tecnológica de Andalucía es una fundación privada promovida por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía para potenciar la colaboración entre el entorno científico y el productivo como mecanismo que da respuesta a las necesidades de innovación y desarrollo que demanda la sociedad andaluza.

Agrupa los investigadores de excelencia de las Universidades y Centros de Investigación, a las empresas con vocación innovadora, a entidades financieras que operan en Andalucía y a la Administración Pública, formando una alianza por la innovación, la investigación y el desarrollo.

Aspira a ser el principal promotor de proyectos de I+D+I en nuestra Comunidad y un referente de innovación y transferencia tecnológica a nivel nacional.

Es un catalizador de oportunidades, un intermediario eficaz entre la oferta y la demanda tecnológica, con capacidad operativa para impulsar y financiar proyectos de I+D+I que cristalicen en nuevos productos, procesos y servicios que incrementen la productividad y la competitividad de sus asociados.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

#### PROGRAMA 05

Innovación Tecnológica.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

Corporación Tecnológica es un modelo pionero y singular en España y Europa de fomento de la transferencia tecnológica Universidad-Empresa para impulsar la competitividad regional, actuando como catalizador de la iniciativa pública hacia la empresa y como espacio común de trabajo para identificar, promover y cofinanciar proyectos de I+D+I en sectores estratégicos para Andalucía, como el Turismo.

Tiene como objetivos generar proyectos empresariales innovadores participados por grupos de investigación, estimular la investigación aplicada, integrar empresas con objetivos tecnológicos similares y proyectar la imagen de Andalucía como región competitiva en I+D+I, favoreciendo la atracción de capital y recursos tecnológicos externos.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Dirección General de Investigación, Tecnología y Empresa de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (CEICE).

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA).

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Establecer líneas de actuación con la CEICE.
- Establecer líneas de actuación con la IDEA.
- Potenciar Grupos de Investigación sobre Innovación y Tecnología Turística en las Universidades andaluzas.







## Programa 6. Profesionales Turísticos.

La profesionalización de las personas trabajadoras turísticas, núcleo y motor del turismo en Andalucía, constituye un área de mejora básica para la consecución de un sector turístico competitivo, que ofrezca unos estándares de calidad y unos niveles de prestación del servicio personalizados que permitan la diferenciación con respecto a otros destinos.

El apoyo a todas aquellas actuaciones formativas que contribuyan a la profesionalización de personas trabajadoras del sector turístico andaluz constituye el núcleo central en torno al cual giran las actuaciones de este programa.

Asimismo, impulsar el Hotel Escuela Convento Santo Domingo de Archidona como centro formativo vinculado a las personas profesionales de la hostelería y el turismo, y colaborar con entidades, universidades y otras administraciones con competencia en educación y formación permitirán generar una oferta educativa de calidad.

### Actuaciones

**A.6.1** Apoyo a programas de formación en el ámbito de la calidad para profesionales turísticos.

**A.6.2** Acuerdos de colaboración con las administraciones competentes en materia de educación para la homologación de la experiencia profesional en el ámbito turístico así como para la autorización como Centro Evaluador de competencias profesionales de las Familias Profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias al Hotel Escuela Convento Santo Domingo.

**A.6.3** Acciones de colaboración con las Universidades andaluzas para analizar y adaptar la formación superior a las necesidades del mercado turístico y elaborar un programa de cursos de expertos.

**A.6.4** El Turismo en la Escuela: Desarrollo de actuaciones destinadas a la educación y sensibilización de escolares.

**A.6.5** Organización y ejecución de programas formativos para la cualificación en la implantación de la metodología SICTED.

**A.6.6** Convenio con la Diputación de Granada para el desarrollo de actividades formativas con la Escuela Internacional de Turismo Rural.

**A.6.7** Becas de formación: “Retención del talento”

## ACTUACIÓN 06.01

### Apoyo a programas de formación en el ámbito de la calidad para profesionales turísticos.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

#### PROGRAMA 06

Profesionales Turísticos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

El apoyo a todas aquellas actuaciones formativas que contribuyan a la profesionalización de las personas trabajadoras del sector turístico andaluz.

#### DESCRIPCIÓN

El proyecto Anfitriones fue creado por TURESPAÑA que, a través de cursos especializados, ha capacitado a un número de formadores en la metodología para impartir esta formación. La metodología puede ser empleada por aquellas administraciones autonómicas que tengan interés en desarrollarla en su respectivo territorio mediante financiación propia.

TURESPAÑA y la Comunidad Autónoma de Andalucía resuelven colaborar activamente en la promoción, difusión y apoyo de aquellas actuaciones que se acometan de común acuerdo en materia de formación, cuyas personas destinatarias sean agentes públicos o privados encargados del desarrollo de los proyectos en destino.

El objetivo principal de este proyecto es contribuir a la preparación de las empresas, profesionales y destinos turísticos para

que adapten sus servicios al ritmo que exigen las tendencias del mercado e impulsar un conjunto de estrategias y actuaciones que sitúen a la persona turista como centro de atención y perspectiva para la mejora competitiva de nuestro país.

Para lograr esos objetivos se han realizado los trabajos necesarios destinados a fomentar la cultura del detalle y la atención al cliente antes, durante y después del viaje con el único fin de mejorar la calidad percibida en su conjunto.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Turespaña. Ministerio de Industria, Energía y Turismo

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- La profesionalización de las personas trabajadoras del sector turístico, núcleo y motor del turismo en Andalucía. 3 mínimo.

## ACTUACIÓN 06.02

**Acuerdos de colaboración con la administración competente en materia de educación para la homologación de la experiencia profesional en el ámbito turístico así como para la autorización como centro evaluador de competencias profesionales de las Familias Profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias al Hotel-Escuela Convento Santo Domingo de Archidona.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

### PROGRAMA 06

Profesionales.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

- Contribuir a la **formación y profesionalización** de las personas trabajadoras del sector turístico.
- Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz.

### DESCRIPCIÓN

Teniendo en cuenta que la actividad turística en Andalucía integra a un gran número de las personas trabajadoras que cuentan con una larga trayectoria y experiencia profesional en el sector, y que, por el contrario, carecen de una titulación que reconozca estos conocimientos adquiridos durante años de trabajo, la convalidación de dicha experiencia laboral supondría además de un gran instrumento de motivación personal, una gran ayuda para la mejora y la incorporación de este personal al ámbito laboral.

El Hotel- Escuela Convento Santo Domingo de Archidona es un centro de formación perteneciente a la Consejería de Tu-

rismo y Comercio que viene impartiendo desde 2002 un Plan de Formación dirigido a preparar futuros mandos intermedios del sector turístico. Así mismo reúne las condiciones de infraestructura y de personas expertas formadoras para ser considerado como centro evaluador de competencias profesionales de las Familias Profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Dirección General de Formación Profesional para el Empleo de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

### RESULTADOS ESPERADOS

- **Inclusión en las convocatorias de pruebas de evaluación y acreditación de competencias profesionales de las cualificaciones correspondientes a las familias profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias.**
- **Acreditación de la Escuela de Hostelería "Hotel- Escuela Convento Santo Domingo de Archidona como Centro Evaluador de Competencias Profesionales en las familias Profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias.**

## ACTUACIÓN 06.03

**Acciones de colaboración con Universidades Andaluzas para analizar y adaptar la formación superior a las necesidades del mercado turístico y elaborar un programa de cursos de expertos.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

### PROGRAMA 06

Profesionales turísticos.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la **formación y profesionalización** de las personas trabajadoras del sector turístico.

Fomentar **la coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz.

Generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

### DESCRIPCIÓN

Este proyecto liderado por la CTC y basado en el intercambio y puesta en común de conocimientos entre expertos en Turismo de la Universidad Andaluza y de la CTC, se desarrollaría en tres fases:

- Elaboración de diagnósticos turísticos en las universidades y CTC.
- Generación de informes de situación.
- Puesta en común a través de un seminario en el que tras el trabajo en talleres de las personas participantes se realice una mesa redonda para abordar y concretar una oferta educativa.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Profesorado de Grado en Turismo de las Universidades Andaluzas.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

### RESULTADOS ESPERADOS

- Realización de diagnósticos e informes que permitan obtener información actualizada de la situación del sector turístico en general, prestando atención a las nuevas tendencias, experiencias exitosas en otros destinos, iniciativas punteras y viables.
- Alcanzar una oferta educativa pertinente, basada en procesos de calidad, que responda a la demanda social, al mercado laboral y centrado en el estudiante de postgrado.
- Ampliar el número y la oferta de cursos de postgrado y másteres relacionados con el sector turístico.

**ACTUACIÓN 06.04****Turismo en la Escuela: Desarrollo de actuaciones destinadas a la educación y sensibilización de escolares.****LÍNEA ESTRATÉGICA**

Innovación y Formación.

**PROGRAMA 06**

Profesionales turísticos.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Concienciar a las nuevas generaciones de la importancia que tiene el turismo para el desarrollo y sostenibilidad de los recursos en su ámbito local.

Generar **destinos turísticos sostenibles que posibiliten un desarrollo económico** de los distintos territorios andaluces preservando al mismo tiempo sus recursos y valores naturales.

**DESCRIPCIÓN**

Los centros educativos de primaria y secundaria podrán solicitar, por escrito, la asistencia de personal de las distintas Delegaciones Territoriales, personal experto en Turismo, al objeto de que impartan charlas de sensibilización al alumnado de primaria y secundaria acerca de la importancia del turismo como actividad que contribuye al conocimiento local, el beneficio social y a la conservación del medio ambiente. La accesibilidad y la dignificación de las profesiones del sector turístico serán también elementos objeto de estas jornadas en las escuelas.

**AGENTES QUE INTERVIENEN**

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Delegaciones Territoriales.

**INSTRUMENTO EJECUCIÓN**

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

**RESULTADOS ESPERADOS**

- Promover valores y actitudes sostenibles y respetuosas con la actividad turística.
- Realización de charlas en cada una de las provincias andaluzas, accediendo a un considerable número de escolares.



## ACTUACIÓN 06.05

### Organización y ejecución de programas formativos para la cualificación en la implantación de la metodología SICTED.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

#### PROGRAMA 06

Profesionales turísticos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Favorecer el **impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia** en todo el itinerario de consumo de la persona turista.

Contribuir a la **formación y profesionalización** de las personas trabajadoras del sector turístico.

#### DESCRIPCIÓN

Desde finales de 2009 se está llevando a cabo un Plan Formativo, dirigido a todos los agentes que participan en el SICTED: personas gestoras de destinos, asesoras, formadoras y evaluadoras, que no sustituye en ningún caso, sino que complementa, la titulación y experiencia exigida a las personas técnicas o profesionales que vayan a trabajar en sus respectivos destinos.

Para el desarrollo de SICTED se hace necesaria la designación de uno o varios técnicos competentes que van a desarrollar principalmente actuaciones de formación y evaluación de las empresas que se adhieran al proyecto y que deben contar con la formación exigida por la Secretaría de Estado para el Turismo.

La formación de las personas gestoras SICTED es el objetivo de la realización de las Jornadas formativas “De Gestor a Gestor” en los módulos de gestión, evaluación y asesoramiento-formación, ya que el gestor SICTED será quien trabaje con las empresas, en

principio para adherirlas al proyecto y posteriormente para la obtención por parte de las mismas del correspondiente certificado “Compromiso de Calidad Turística”, responsabilizándose de la mejora y el desarrollo de SICTED en el destino correspondiente, además de coordinar y gestionar el proyecto en todas sus fases (gestión, evaluación y asesoramiento-formación).

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Realización anual de las Jornadas formativas “De Gestor a Gestor” en los módulos de gestión, evaluación y asesoramiento-formación.
- Ampliar el número de “personas gestoras” formados en SICTED.
- Aumentar el número de empresas adheridas a SICTED.
- Aumentar en número de empresas con certificaciones “Compromiso de Calidad Turística”.



## ACTUACIÓN 06.06

### Becas de Formación “Retención del Talento”.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación y Formación.

#### PROGRAMA 06

Profesionales turísticos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir a la formación y profesionalización de las personas trabajadoras del sector turístico.

#### DESCRIPCIÓN

Como continuación de la labor emprendida por esta Consejería de Turismo y Comercio, se hace necesario la apertura de nueva convo-

ocatoria de Becas destinadas a la formación de profesionales para la realización de trabajos y estudios en el campo de la gestión, planificación, programación, promoción, fomento, análisis e investigación en materia de turismo.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Convocar nueva Orden por la que se establezca las bases reguladoras para la concesión de un mayor número de becas de formación en materia de turismo.







## Programa 7. Innovar en Segmentos Turísticos.

El presente programa pretende facilitar el desarrollo de subsectores turísticos innovadores, no prioritarios o poco consolidados, especialmente aquellos que revierten sus efectos positivos sobre la reducción de la estacionalidad, el empleo y la conservación del medioambiente.

En particular, el impulso del turismo Gastronómico y el turismo Industrial a través de acciones y proyectos que contribuyan a su puesta e valor, constituyen las áreas principales sobre las que interviene este programa.

Implicar a los distintos territorios, tanto a administraciones públicas como a entidades del ámbito privado, en los diversos proyectos que en ellos se desarrollen, contribuirá a generar iniciativas involucradas e integradoras de un mayor número de recursos y alternativas en los diferentes espacios andaluces.

La innovación entendida, no solo como avance tecnológico sino como reinención de la actividad turística integrando sectores emergentes y disciplinas transversales como la accesibilidad, serán apoyadas mediante esta línea de trabajo.

### Actuaciones

**A.7.1** Impulso a la creación y desarrollo de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad que contribuyan a la puesta en valor y el estímulo del Turismo Gastronómico en Andalucía.

**A.7.2** Catalogación y Difusión de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad a través de aquellos soportes y medios promovidos por la Consejería de Turismo y Comercio.

**A.7.3** Concurso de Ideas: "Turismo Innova".

**A.7.4** Colaboración con la administración competente en materia de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en el desarrollo de actuaciones y eventos de difusión que permitan impulsar y dar a conocer las actividades de Turismo Gastronómico en Andalucía.

**A.7.5** Participación en iniciativas y entidades que trabajan para la puesta en valor del patrimonio industrial y la industria viva.

**A.7.6** Catalogación y difusión de empresas que prestan servicio de turismo industrial.

**A.7.7** Desarrollo de acciones para el conocimiento y la aproximación al turismo industrial y sus posibilidades en los diferentes destinos andaluces.

## ACTUACIÓN 07.01

### **Impulso a la creación y desarrollo de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad que contribuyan a la puesta en valor y el estímulo del Turismo Gastronómico en Andalucía.**

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

#### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y **apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados** que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

La Consejería de Turismo y Comercio, en su intento de contribuir a la búsqueda de alternativas al modelo turístico imperante en Andalucía y siendo conocedora de las grandes potencialidades de desarrollo y complementación que presenta el segmento de la gastronomía, apuesta firmemente por el Turismo Gastronómico como segmento que puede intervenir de forma muy positiva en la revitalización de la economía andaluza.

La presente actuación trata de impulsar aquellos proyectos basados en itinerarios y rutas gastronómicas que incorporen criterios de calidad tanto en los servicios turísticos que los integran como en los productos alimentarios en los que se basan.

El programa de trabajo **Andalucía, Paisajes con Sabor** creado

por la Consejería de Turismo y Comercio pretende dar cobertura a aquellos establecimientos que impulsen productos alimentarios de calidad, singulares y autóctonos.

Del mismo modo, la concreción de pautas y requisitos a tener en cuenta a la hora de elaborar Rutas e Itinerarios Gastronómicos de Calidad en Andalucía así, como el apoyo a entes gestores responsables de aquellos proyectos gastronómicos que surjan en los territorios relativos al Turismo Gastronómico de Calidad, constituirán una de las principales tareas de esta actuación.

La creación de Comisiones Provinciales que realicen el seguimiento de futuros proyectos en esta materia, será igualmente otro de los pasos a dar en este ámbito de trabajo.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Delegaciones Territoriales.

Administración Local.

Agentes del Territorio vinculados al Turismo Gastronómico.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- **Impulsar a través de actos promocionales y de difusión, aquellas Rutas y Proyectos Turísticos Gastronómicos que integren**

criterios de calidad en su gestión y que impulsen productos singulares y autóctonos de Andalucía. **Llevar a cabo dos actos por ruta anuales por ruta.**

- Crear encuentros (mesas de trabajo, jornadas técnicas) para la puesta en marcha de rutas gastronómicas en Andalucía

posibilitando la incorporación de los distintos agentes que integran la actividad turística así como aquellos de sectores complementarios.

## ACTUACIÓN 07.02

**Catalogación y Difusión de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad a través de aquellos soportes y medios promovidos por la Consejería de Turismo y Comercio.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que permitan una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

### DESCRIPCIÓN

Se llevará a cabo la adaptación e implementación de aquellos soportes y medios que permitan una máxima difusión, promoción y conocimiento de las Rutas e Itinerarios Gastronómicos de Calidad que surjan como consecuencia de la actuación anterior.

Estos medios y soportes permitirán la catalogación y clasificación de estas iniciativas, así como la posibilidad de crear un calendario de

eventos gastronómicos con incidencia en la actividad turística y de calidad en Andalucía.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte Andaluz.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública  
Cooperación Pública-Privada

### RESULTADOS ESPERADOS

- Conseguir una máxima difusión de productos turísticos gastronómicos en Andalucía.

- Disponer de una herramienta útil y eficaz para consultar productos y eventos gastronómicos en Andalucía a modo de catálogo dinámico y actualizado.



## ACTUACIÓN 07.03

### Concurso “Turismo Innova”.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

#### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

Convocatoria de proceso selectivo y premio para aquellos proyectos que impulsen segmentos turísticos innovadores, emergentes o poco consolidados, centrados principalmente en el impulso del turismo gastronómico y el turismo industrial.

Se valorarán igualmente aquellos proyectos que versando so-

bre alguna de las materias anteriores incorporen criterios de accesibilidad y sostenibilidad a los proyectos.

(Ver si la sostenibilidad y la accesibilidad se mete como temática también o solo como criterios a valorar).

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Premiar el desarrollo de proyectos turísticos basados en ideas novedosas, innovadoras y con gran potencial.
- Impulsar proyectos que además de novedosos, sean viables y permitan su continuidad en el tiempo.

## ACTUACIÓN 07.04

**Colaboración con la administración competente en materia de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en el desarrollo de actuaciones y eventos de difusión que permitan impulsar y dar a conocer las actividades de Turismo Gastronómico en Andalucía.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

### DESCRIPCIÓN

La colaboración entre los distintos centros directivos de la Junta de Andalucía constituye un pilar básico a la hora de impulsar proyectos e iniciativas que traten de contribuir al desarrollo de un turismo sostenible en Andalucía.

En este sentido, la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural por su vinculación a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y por la diversidad de proyectos y eventos que lidera a fin de promocionar y difundir la gastronomía andaluza, constituye el colaborador idóneo para la creación de sinergias y proyectos en común.

Como evento de referencia, **Andalucía Sabor**, constituye un encuentro de profesionales de la alimentación y la gastronomía organizado por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Cada dos años, este encuentro, concentra toda la oferta alimenta-

ria de Andalucía para afianzar su presencia en el mercado nacional e internacional.

Además de **“ANDALUCIA SABOR”** es preciso hacer referencia a la participación de Andalucía en **“EXPO MILÁN 2015”**. La Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural coordina la participación de la Junta de Andalucía en esta exposición universal, cuyo lema **“ALIMENTAR EL PLANETA. ENERGÍA PARA LA VIDA”**.

La participación de la Consejería de Turismo y Comercio en estos encuentros impulsando el papel de productos turísticos gastronómicos no hace sino confirmar una apuesta sólida por el impulso de una modalidad turística sostenible que revierte sus efectos positivos en productores alimentarios, prestadores de servicios, y territorio.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

Dirección General de Calidad, Industrias Agroalimentarias y Producción Ecológica.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

### RESULTADOS ESPERADOS

- **Crear sinergias entre administraciones con el objetivo común de impulsar la gastronomía andaluza como recurso turístico. Participar en el Evento Andalucía Sabor 2015.**

- **Participar en el evento EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE MILÁN.**

## ACTUACIÓN 07.05

### Participación en iniciativas y entidades que trabajan para la puesta en valor del patrimonio industrial y la industria viva.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

#### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

La búsqueda de nuevas experiencias por parte de la persona turista, su afán por conocer las formas de trabajo y los modos de producción de los distintos territorios han generado nuevas corrientes, alejadas de los flujos turísticos tradicionales, que han impulsado una nueva modalidad turística basada en el conocimiento del Patrimonio Industrial y la Industrial Viva.

Partiendo de este escenario, se hace necesario por parte de la Consejería de Turismo y Comercio colaborar y participar en aquellos organismos que contribuyan a potenciación del Turismo Industrial en Andalucía. Así, la creación a nivel estatal de la Red Española de Turismo Industrial (RETI) se adecua.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Red Española de Turismo Industrial (RETI).

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Formar parte de aquellos organismos que contribuyan al impulso y consolidación del Turismo Industrial en Andalucía.
- Colaborar con RETI en todas aquellas actuaciones vinculadas al Turismo Industrial en Andalucía.

## ACTUACIÓN 07.06

### Catalogación y difusión de empresas y entidades que prestan servicios de turismo industrial.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

#### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

A fin de dar a conocer aquellas entidades que trabajan ya a nivel Andalucía en el ámbito del turismo industrial y que muestran a la persona visitante su patrimonio, sus instalaciones así como alguno de los procesos de transformación objeto de su actividad, se pretende llevar a cabo la creación de un Catálogo que concentre el máximo número de aquellas entidades e industrias que prestan de forma habitual estos servicios de visita a las personas turistas.

Una vez creado el citado Catálogo se habilitarán por parte de la CTC aquellos canales de difusión que permitan el máximo

conocimiento de estas entidades así como los diferentes servicios que prestan.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

PRODETUR. Diputación de Sevilla

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Contribuir al impulso y conocimiento del Turismo Industrial como modalidad turística versátil y con grandes potencialidades.
- Alcanzar la máxima difusión y conocimiento de las entidades que desarrollan tareas en el ámbito del turismo industrial.



## ACTUACIÓN 07.07

### Desarrollo de acciones para el conocimiento y la aproximación al turismo industrial y sus posibilidades en los diferentes destinos andaluces.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Innovación.

#### PROGRAMA 07

Innovar en Segmentos.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo, y apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que permitan una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.

#### DESCRIPCIÓN

Que las distintas empresas e industrias andaluzas incorporen el turismo industrial como parte de su actividad y presten este servicio requiere, en primer lugar, dar a conocer y acercarlas a esta práctica turística que, presentando grandes potencialidades, es aún una gran desconocida para muchos empresarios y empresarias.

La organización de Jornadas de Difusión y de Acercamiento al Turismo Industrial orientadas a las empresas andaluzas supone una actuación de vital importancia para dar a conocer esta actividad, que, por un lado, puede presentar gran ca-

pacidad de complementación con el negocio principal de estas entidades e industrias, y al mismo tiempo, contribuye e generar servicios turísticos enriquecedores y de alto valor experiencial.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Dar a conocer el turismo industrial como actividad complementaria de las industrias y empresas andaluzas.

## LÍNEA DE COORDINACIÓN Y DIÁLOGO:

Generar información y compartir conocimiento bajo un objetivo común, es un componente esencial para una óptima implementación de las estrategias de planificación y desarrollo de los destinos turísticos.

Establecer relaciones de participación y colaboración a diferentes niveles y entre diferentes actores, avalan el éxito de proyectos orientados a la búsqueda de la excelencia y la mejora continua.

Bajo esta premisa, la línea estratégica de coordinación y diálogo pretende promover alianzas y acciones de cooperación con aquellos proyectos que, traspasando fronteras, tengan como fin el impulso de las buenas prácticas en los destinos turísticos andaluces. Asimismo, se habilitarán todos aquellos canales de comunicación y espacios destinados a la participación abierta y la codecisión, colaborando, para ello, con todos aquellos organismo y agentes implicados en el sector turístico andaluz.

Dos son los programas que desarrollan esta línea estratégica:

**Programa 8:** Cooperación, Participación y Consenso.

**Programa 9:** Impulso y Difusión.

## Programa 8. Cooperación, Participación y Consenso.

Este programa aborda todas aquellas actuaciones concertadas bajo el principio de cooperación, con el fin de crear redes de colaboración y diálogo que hagan del turismo una actividad integradora y multidimensional, generadora de nuevas oportunidades.

Igualmente, el desarrollo de espacios abiertos a la reflexión y la codecisión, supone un excelente ejercicio para el desarrollo y perfeccionamiento de conocimientos y capacidades que contribuyan a la creación de nuevos proyectos dentro del ámbito turístico.

### Actuaciones

**A.8.1** Colaboración con proyectos europeos para el desarrollo de actuaciones que tienen como objetivo el impulso de Buenas Prácticas en Materia de Calidad Turística así como la Innovación y la Formación en el ámbito turístico.

**A.8.2** Espacios para el diálogo y la participación que contribuyan al enriquecimiento e impulso del sector turístico Andaluz: Workshops y Mesas de Trabajo.

**A.8.3** Acuerdos de colaboración con entidades representativas de colectivos de personas con discapacidad para el desarrollo de actuaciones en materia de accesibilidad.

**A.8.4** Acuerdos de colaboración con las administraciones competentes en mate-

ria de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Educación, Cultura y Deporte, Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales.

**A.8.5** Creación de un marco de colaboración con la administración andaluza competente en materia de consumo para el desarrollo de actuaciones relativas a la protección de los derechos de las personas usuarias turísticas.

**A.8.6** Proyectos que contribuyan a favorecer la colaboración y participación de los agentes del sector y la ciudadanía en la mejora de la gestión del turismo en los destinos andaluces.



## ACTUACIÓN 08.01

**Colaboración con proyectos europeos para el desarrollo de actuaciones que tienen como objetivo el impulso de Buenas Prácticas en materia de Calidad, así como la Innovación y la Formación en el ámbito turístico.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la coordinación y cooperación entre los distintos organismos de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación de todos los agentes implicados en el sector turístico.

### DESCRIPCIÓN

La Agenda por el Empleo, Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad, tiene como finalidad establecer un plan-teamiento estratégico de desarrollo regional para Andalucía, que permita

impulsar el crecimiento y el empleo en Andalucía, en coherencia con la Política Europea de Cohesión en el marco de la «Estrategia Europa 2020».

La Consejería de Turismo y Comercio tiende la mano a la participación en proyectos europeos que permitan llevar a la práctica aquellos principios en los que se sustenta el presente plan coordinados a su vez con el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.  
Programas de Desarrollo Unión Europea

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.  
Cooperación Pública-Privada.

### RESULTADOS ESPERADOS

- Participar en proyectos que presenten proyección europea y que contribuyan al reconocimiento de Andalucía a nivel supranacional.
- Colaborar en proyectos europeos que integren a las ocho provincias andaluzas.



## ACTUACIÓN 08.02

**Espacios para el diálogo y la participación que contribuyan al enriquecimiento e impulso del sector turístico andaluz: Workshops y Mesas de Trabajo.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

### DESCRIPCIÓN

Siguiendo la metodología participativa y de gobierno abierto en la que se ha basado la arquitectura y el futuro desarrollo del plan, mediante la presente actuación se pretenden poner en marcha todos aquellos mecanismos que contribuyan a generar encuentros entre

profesionales vinculados a la actividad turística. Generar sinergias entre personas expertas de distintas disciplinas requiere una previa creación y habilitación de aquellos espacios abiertos al diálogo y al encuentro.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Profesionales y entidades públicas y privadas vinculadas a la actividad turística y a disciplinas complementarias con la misma.

Dirección General de Espacios Naturales y Participación Ciudadana de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

### RESULTADOS ESPERADOS

- **Organizar, al menos, dos espacios de encuentro para el diálogo y la participación anuales.**
- **Contribuir a la participación de profesionales vinculados a la actividad turística y a personal experto de materias complementarias.**



### ACTUACIÓN 08.03

**Acuerdos de colaboración con entidades representativas de colectivos de personas con discapacidad para el desarrollo de actuaciones en materia de accesibilidad.**

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

#### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

#### DESCRIPCIÓN

Las actuaciones contempladas en el presente plan vinculadas a la accesibilidad de productos y servicios turísticos que nacen de la colaboración con la administración competente en esta

materia, es decir, la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, requieren la concreción y la firma de un acuerdo bajo el cual puedan ampararse actuaciones concretas, compromisos adquiridos y posibles participaciones en otros instrumentos de planificación dependientes de esta administración que vela para la igualdad de oportunidades.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales.

Dirección General de Espacios Naturales y Participación Ciudadana de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Formalización de un acuerdo de colaboración con la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales que dé cobertura a varias de las actuaciones contempladas en el Programa 02. Destinos Accesibles.

## ACTUACIÓN 08.04

### Acuerdos de colaboración con las administraciones competentes en materia de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural y Educación, Cultura y Deporte.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

#### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

#### DESCRIPCIÓN

El impulso de la actividad turística como motor que contribuye a la revitalización de los territorios dando a conocer y poniendo en valor todos sus recursos reivindica de manera inherente la puesta en común y el consenso con las administraciones encargadas

de gestionar aquellos recursos que son susceptibles de presentar usos turísticos. De esta manera, las actuaciones contempladas en el presente plan que involucran a espacios naturales, a recursos agroalimentarios y al patrimonio cultural e industrial deben llevar asociadas un marco de trabajo acordado conjuntamente entre las administraciones que ostentan su competencia.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

Consejería de Educación, Cultura y Deporte.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- **Formalizar un acuerdo entre las Consejerías de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Ordenación del Territorio y Educación, Cultura y Deporte.**



## ACTUACIÓN 08.05

**Creación de un marco de colaboración con la administración andaluza competente en materia de consumo para el desarrollo de actuaciones relativas a la protección de los derechos de las personas usuarias turísticas.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar **la coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

### DESCRIPCIÓN

Para el respaldo de las actuaciones contempladas en el Programa 01.04 Destinos Protectores vinculado a la protección del turista como consumidor se formalizará el acuerdo o

convenio de colaboración correspondiente que posibilite concretar los compromisos asumidos por la Consejería de Turismo y Comercio y la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Consejería de Turismo y Comercio. Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo .

Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

### RESULTADOS ESPERADOS

- **Formalizar un acuerdo entre las Consejerías de Turismo y Comercio y Administración Local y Relaciones Institucionales a fin de afianzar mecanismos que incrementen la protección de la persona turista en Andalucía.**





### ACTUACIÓN 08.01

**Proyectos que contribuyan a favorecer la colaboración y participación de los agentes del sector y la ciudadanía para la mejora de la gestión del turismo en los destinos andaluces.**

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

#### PROGRAMA 08

Cooperación, Participación y Consenso.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la **coordinación y cooperación entre los distintos organismos** de la Administración Pública de la Junta de Andalucía en todas aquellas iniciativas y proyectos que presentan especial incidencia el sector turístico andaluz. Así como generar **espacios y encuentros para la codecisión y la coparticipación** de todos los agentes implicados en el sector turístico.

#### DESCRIPCIÓN

La línea de trabajo seguida por la Consejería de Turismo y Comercio en este último período basada en el gobierno abierto y la participación lleva a involucrar tanto al sector empresarial como al conjunto de la ciudadanía en una pla-

nificación turística que requiere una visión multidisciplinar, local y más cercana.

La ciudadanía constituye un excelente prescriptor del destino y, es por ello, por lo que la administración ha de hacerla partícipe de procesos de mejora y planificación.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Agentes implicados en el Sector Turístico.

Ciudadanía.

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

Cooperación público-privada.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- **Llevar a cabo anualmente al menos una jornada informativa y de trabajo abierta a los agentes implicados en el sector y a la ciudadanía.**



## Programa 9. Impulso y Difusión.

Con este programa se contribuye a la creación de aquellas herramientas y soportes tecnológicos que permitan impulsar y gestionar los proyectos promovidos en los distintos programas del III Plan de Calidad Turística de Andalucía.

Al mismo tiempo, se pretende habilitar mecanismos de información y comunicación a fin de ofrecer información actualizada y eficaz sobre las distintas actuaciones impulsadas por el III Plan de Calidad Turística de Andalucía, ofreciendo acceso a las administraciones y organismos colaboradores del plan.

### Actuaciones

**A.9.1** Plan de promoción y comunicación del PCTA 1420 (ruedas de prensa, acciones de difusión y divulgación, jornadas de presentación).

**A.9.2** Habilitación de espacios y enlaces en la web de la Consejería de Turismo y Comercio para el acceso a las administraciones y organismos colaboradores con el PCTA 1420.

**A.9.3** Impulso y Difusión del Centro de documentación de la CTC.

**A.9.4** Apertura de las base de datos estadísticos, con perspectiva de género, vinculados a la actividad turística en Andalucía (SAETA).





## ACTUACIÓN 09.01

### Plan de promoción y comunicación del PCTA 1420 (ruedas de prensa, acciones de difusión y divulgación, jornadas de presentación).

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

#### PROGRAMA 09

Difusión.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión en relación a los proyectos llevados a cabo por Consejería de Turismo y Comercio.

#### DESCRIPCIÓN

Todo proceso de planificación y gestión turística incoado por la Consejería de Turismo y Comercio ha de ser respaldado por acciones de difusión que permitan una máxima divulgación de los proyectos que conforman sus planes acción.

El III Plan de Calidad Turística de Andalucía a fin de dar a conocer aquellas actuaciones que lo integran pondrá en marcha un plan

de comunicación que permita cumplir dicho objetivo.

Anualmente y tras un proceso de evaluación de los indicadores asociados a los distintos proyectos que integran el plan, se hará pública aquella información relativa al grado de cumplimiento de los proyectos contenidos en dicho documento.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Programas de Desarrollo Unión Europea

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.  
Cooperación Pública-Pública.

#### RESULTADOS ESPERADOS

- **Publicar la versión definitiva del III Plan de Calidad Turística de Andalucía.**

- **Llevar a cabo una evaluación anual de las actuaciones contenidas en el plan y sus posibles modificaciones.**



## ACTUACIÓN 09.02

**Habilitación de espacios y enlaces en la web de la Consejería de Turismo y Comercio para el acceso a las administraciones y organismos colaboradores con el PCTA 1420.**

### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

### PROGRAMA 09

Difusión.

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión en relación a los proyectos llevados a cabo por Consejería de Turismo y Comercio.

### DESCRIPCIÓN

La presente actuación persigue el posibilitar el fácil acceso a través de la web de la Consejería de Turismo y Comercio a todos aquellos organismos que colaboran con el PCTA 1420.

### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Programas de Desarrollo Unión Europea.

Asociaciones de personas consumidoras.

Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales.

### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

### RESULTADOS ESPERADOS

- Disponer de aquellos enlaces en la web de la Consejería de Turismo y Comercio que permitan el acceso a aquellas administraciones, asociaciones y demás entidades que colaboran en el PCTA 1420.

**ACTUACIÓN 09.03****Impulso y difusión del Centro de Documentación de la Consejería de Turismo y Comercio.****LÍNEA ESTRATÉGICA**

Coordinación y Diálogo.

**PROGRAMA 09**

Difusión.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión en relación a los proyectos llevados a cabo por la Consejería de Turismo y Comercio.

**DESCRIPCIÓN**

La gestión de la información y su transformación en conocimiento es un elemento fundamental para la transparencia, la toma de decisiones y la memoria de la organización en el desarrollo de sus competencias, al tiempo que constituye una herramienta al servicio de la competitividad y de la calidad.

Es una nueva cultura empresarial que promueve la capacidad de compartir la información y las experiencias y conocimientos individuales y colectivos de la organización.

El Centro de Documentación y Publicaciones como centro gestor del conocimiento turístico puede suministrar información y documentación permanente al tiempo que asesora a las empresas turísticas en la búsqueda de información para la toma de decisiones informadas.

**AGENTES QUE INTERVIENEN**

Secretaría General Técnica.

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

**INSTRUMENTO EJECUCIÓN**

Medios propios CTC.

Cooperación Pública-Pública.

**RESULTADOS ESPERADOS**

- Incrementar el uso del Centro de Documentación como herramienta de información y difusión del conocimiento turístico al servicio de empleados públicos, estudiantes, personas investigadoras, empresariado y público en general.

- Otorgar un mayor dinamismo al Centro de Documentación de la Consejería de Turismo y Comercio.



## ACTUACIÓN 09.04

### Apertura de las bases de datos estadísticos vinculados a la actividad turística en Andalucía.

#### LÍNEA ESTRATÉGICA

Coordinación y Diálogo.

#### PROGRAMA 09

Difusión.

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión en relación a los proyectos llevados a cabo por Consejería de Turismo y Comercio.

#### DESCRIPCIÓN

La apertura al público de las bases de datos estadísticos elaborados por la Consejería de Turismo y Comercio constituye el objeto principal de la presente actuación.

El posibilidad que pueden presentar investigadores, estudiantes, administraciones públicas y sector empresarial de manejar los citados datos, elaborar sus propios informes a raíz de los mismos, y utilizarlos para la mejora del sector supone un ejercicio importante de transmisión de conocimiento a todos aquellos /as interesados/s.

#### AGENTES QUE INTERVIENEN

Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio.

Programas de Desarrollo Unión Europea

#### INSTRUMENTO EJECUCIÓN

Medios propios CTC  
Cooperación Pública-Pública

#### RESULTADOS ESPERADOS

- Permitir un mayor acceso de datos estadísticos elaborados por la CTC de forma que sea posible otorgarles una mayor versatilidad, en función de las necesidades de las personas usuarias que los solicitan.



## INDICE DE ACTUACIONES.

LÍNEA DE EXCELENCIA		
		PROGRAMA 01
01.01	Impulso de metodologías que proporcionen un sistema integral y permanente para la gestión de la calidad en los destinos turísticos.	Destinos Excelentes
01.02	Reconocimiento y visualización de empresas y espacios certificados/ distinguidos de Andalucía a través de acciones de difusión.	Destinos Excelentes
01.03	Actuaciones que persigan la puesta en valor de normas de calidad turística.	Destinos Excelentes
01.04	Participación en organismos nacionales e internacionales de apoyo a la calidad turística. Comités de Normalización / Comités de Sectorización del ICTE.	Destinos Excelentes
01.05	Estudio y análisis sobre la Satisfacción de la Persona Turista en Andalucía.	Destinos Protectores
		PROGRAMA 02
02.01	Estudio y análisis de la situación del sector turístico andaluz en materia de accesibilidad turística.	Destinos Accesibles
02.02	Apoyo a empresas y servicios turísticos para la implantación de criterios de accesibilidad global en sus establecimientos.	Destinos Accesibles
02.03	Desarrollo de herramientas para la difusión y conocimiento de buenas prácticas en accesibilidad dirigidas a las empresas turísticas	Destinos Accesibles
02.04	Distintivo de Accesibilidad Turística	Destinos Accesibles
02.05	Acciones de sensibilización sobre accesibilidad en las empresas y servicios turísticos andaluces.	Destinos Accesibles
02.06	Adaptación de la normativa turística incorporando criterios de accesibilidad como elementos de valor.	Destinos Accesibles
02.07	Apoyo e incentivo a la mejora de la accesibilidad en establecimientos y empresas turísticas.	Destinos Accesibles

PROGRAMA03		
03.01	Estudio y análisis de la situación del sector turístico andaluz en materia de sostenibilidad turística.	Destinos Sostenibles
03.02	Programa Bandera Azul: impulso de programas de calidad turística en el litoral andaluz	Destinos Sostenibles
03.03	Impulso y difusión de Usos y Hábitos turísticos Sostenibles en espacios naturales protegidos.	Destinos Sostenibles
03.04	Potenciar las rutas gastronómicas de productos ecológicos como atractivo turístico.	Destinos Sostenibles
03.05	Adaptación y revisión de la normativa turística en relación al cumplimiento de criterios de sostenibilidad.	Destinos Sostenibles
03.06	Apoyo e incentivo a la incorporación de medidas que incrementen la sostenibilidad de establecimientos y empresas turísticas	Destinos Sostenibles
PROGRAMA02		
04.01	Desarrollo normativo para el impulso y creación de la Unidad para la Asistencia del Turista contemplada en la Ley 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía	Destinos Protectores
04.02	Desarrollo de protocolo/ decálogo de buenas prácticas en materia de resolución de conflictos para el personal de establecimientos turísticos en contacto con el usuario/a.	Destinos Protectores
04.03	Habilitación de las Oficinas de Información Turística de la Consejería de Turismo y Comercio como "centros express" de resolución de conflictos	Destinos Protectores
04.04	Desarrollo de protocolo de actuación para la agilización de resolución de conflictos en los destinos turísticos.	Destinos Protectores
04.05	Formación del personal de las Oficinas de Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio en materia de resolución de conflictos, quejas y reclamaciones	Destinos Protectores
04.06	Impulso y difusión del sistema de mediación y arbitraje e interposición de hojas de quejas y reclamaciones de la Junta de Andalucía	Destinos Protectores
04.07	Edición de material informativo relativo a la protección y defensa de los derechos de la persona turista.	Destinos Protectores
04.08	Creación de Instrumentos para el análisis y Detección de infracciones frecuentes colaborando con los Planes de Inspección Turística de la Consejería de Turismo y Comercio.	Destinos Protectores

LÍNEA DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN		
PROGRAMA 05		
05.01	Apoyo a Andalucía Lab y al "Centro de Innovación Turística de Andalucía". Desarrollo de actuaciones que favorezcan la innovación de las empresas y servicios turísticos de Andalucía.	Innovación Tecnológica
05.02	Impulso a la investigación en materia de excelencia y proyectos I+D+I que tengan entre sus fines potenciar	Innovación Tecnológica
PROGRAMA 06		
06.01	Apoyo a programas de formación en el ámbito de la calidad para profesionales turísticos.	Profesionales Turísticos
06.02	Acuerdos de colaboración con la administración competente en materia de educación para la homologación de la experiencia profesional en el ámbito turístico así como para la autorización como centro evaluador de competencias profesionales de las Familias Profesionales de Hostelería y Turismo e Industrias Alimentarias al Hotel-Escuela Convento Santo Domingo de Archidona	Profesionales Turísticos
06.03	Acciones de colaboración con las Universidades andaluzas para analizar y adaptar la formación superior a las necesidades del mercado turístico y elaborar un programa de cursos de personal experto.	Profesionales Turísticos
06.04	El Turismo en la Escuela: desarrollo de actuaciones destinadas a la educación y sensibilización de escolares.	Profesionales Turísticos
06.05	Organización y ejecución de programas formativos para la cualificación en la implantación de la metodología SICTED	Profesionales Turísticos
06.06	Becas de formación: "Retención del talento"	Profesionales Turísticos
PROGRAMA 07		
07.01	Impulso a la creación y desarrollo de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad que contribuyan a la puesta en valor y al estímulo del Turismo Gastronómico en Andalucía.	Innovar en Segmentos
07.02	Catalogación y Difusión de Itinerarios y Rutas Gastronómicas de calidad a través de aquellos soportes y medios promovidos por la Consejería de Turismo y Comercio .	Innovar en Segmentos
07.03	Concurso de Ideas: "Turismo Innova".	Innovar en Segmentos
07.04	Colaboración con la administración competente en materia de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en el desarrollo de actuaciones y eventos de difusión que permitan impulsar y dar a conocer las actividades de Turismo Gastronómico en Andalucía.	Innovar en Segmentos



<b>07.05</b>	Participación en iniciativas y entidades que trabajan para la puesta en valor del patrimonio industrial y la industria viva.	<b>Innovar en Segmentos</b>
<b>07.06</b>	Catalogación y difusión de empresas y entidades que prestan servicios de turismo industrial.	<b>Innovar en Segmentos</b>
<b>07.07</b>	Desarrollo de acciones para el conocimiento y la aproximación al turismo industrial y sus posibilidades en los diferentes destinos andaluces.	<b>Innovar en Segmentos</b>

### LÍNEA DE COORDINACIÓN Y DIÁLOGO

PROGRAMA 08		
<b>08.01</b>	Colaboración con proyectos europeos para el desarrollo de actuaciones que tienen como objetivo el impulso de Buenas Prácticas en materia de Calidad, así como la Innovación y la Formación en el ámbito turístico.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
<b>08.02</b>	Espacios para el diálogo y la participación que contribuyan al enriquecimiento e impulso del sector turístico Andaluz: Workshops y Mesas de Trabajo.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
<b>08.03</b>	Acuerdos de colaboración con entidades representativas de colectivos de personas con discapacidad para el desarrollo de actuaciones en materia de accesibilidad.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
<b>08.04</b>	Acuerdos de colaboración con las administraciones competentes en materia de Medio Ambiente y Ordenación del territorio, Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural y Educación, Cultura y Deporte.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
<b>08.05</b>	Creación de un marco de colaboración con la administración andaluza competente en materia de consumo para el desarrollo de actuaciones relativas a la protección de los derechos de las personas usuarias turísticas.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
<b>08.06</b>	Proyectos que contribuyan a favorecer la colaboración y participación de los agentes del sector y la ciudadanía en general en mejorar la gestión del turismo en los destinos andaluces.	<b>Cooperación, Participación y Consenso</b>
PROGRAMA 09		
<b>09.01</b>	Plan de promoción y comunicación del PCTA 1420 (ruedas de prensa, acciones de difusión y divulgación, jornadas de presentación)	<b>Difusión</b>
<b>09.02</b>	Habilitación de espacios y enlaces en la web de la Consejería de Turismo y Comercio para el acceso a las administraciones y organismos colaboradores con el PCTA 1420.	<b>Difusión</b>
<b>09.03</b>	Impulso y Difusión del Centro de Documentación de la CTC	<b>Difusión</b>
<b>09.04</b>	Apertura de las bases de datos estadísticos vinculados a la actividad turística en Andalucía (SAETA)	<b>Difusión</b>



09

A black and white photograph of a building facade, likely a church or university building, featuring a bell tower with arched openings. The image is partially obscured by a red overlay on the right side. The text "Seguimiento y Evaluación" is written in white on the red overlay.

# Seguimiento y Evaluación

## 9.0. Seguimiento y evaluación.

Un sistema de seguimiento y una evaluación de resultados son fundamentales para garantizar el funcionamiento óptimo del conjunto de actuaciones que integran el Plan de Calidad Turística de Andalucía.

La puesta en marcha y el impacto que los distintos planes articulados por la Consejería presentarán en el territorio andaluz serán objeto de análisis y estudio por parte de Área de Estadística e Investigación de Mercados de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía.

Esta unidad ha elaborado un Sistema de Indicadores del Desarrollo Turístico de Andalucía que permitirá analizar la repercusión que han manifestado tanto el Plan General de Turismo Sostenible como los distintos planes turísticos de él dependientes, entre ellos el PCTA 1420.

Las Áreas Clave de carácter transversal que serán objeto de estudio son las siguientes: *Gobernanza, Territorio, Vulnerabilidad, Rentabilidad, Diversificación, Calidad, e Innovación.*

Por su vinculación al Plan de Calidad Turística de Andalucía se destaca de manera especial, dentro del Área de Calidad, los indicadores que hacen alusión y analizan esta materia:

- **Destino:** Las valoraciones y percepciones de calidad y excelencia que hace la persona turista son sobre su experiencia

(estancia). De ahí que esta área empiece presentando una evaluación global del destino. Así recoge la impresión de dicha experiencia en Andalucía por parte de la demanda y los esfuerzos generales que la oferta hace para garantizar una visita satisfactoria.

- **Recursos:** Con independencia de la valoración global se necesita analizar la calidad ofrecida y percibida en los ingredientes claves del destino. Este análisis detallado en busca de los factores que más y menos contribuyen a la excelencia lleva a incluir indicadores relativos a los principales recursos: Playas, Patrimonio y Espacios naturales.

- **Infraestructuras:** La calidad también depende de aquellos elementos que dan soporte a la actividad y son gestionados directa o indirectamente por la Administración Pública. Este tema recoge estos elementos: sanidad, limpieza, seguridad, accesibilidad, transporte e información turística.

- **Alojamiento y restauración.** Por último, la calidad de un destino está muy vinculada a las personas que prestan servicios. Por ello incluimos un seguimiento específico de la calidad en los dos subsectores claves en destino, alojamiento y restauración.

Del mismo modo, los indicadores vinculados a las Áreas Clave de Innovación y Territorio, en este último caso, en lo rela-

tivo a la Calidad Ambiental, serán igualmente elementos que permitan analizar el impacto real que presente la puesta en marcha del PCTA 1420 en las distintas provincias andaluzas.

Por su parte, la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, promotora principal y encargada de la elaboración del Plan de Calidad Turística de Andalucía, ha desarrollado paralelamente un sistema de Seguimiento y Evaluación de carácter interno que tendrá como objetivo principal medir su grado de ejecución.

En este sentido se han diseñado una serie de indicadores de carácter más específico que permitirán medir el desarrollo y los resultados obtenidos de cada una de las actuaciones que integran los diferentes programas de trabajo planteados.

La comparativa continua y final de los resultados obtenidos con aquellos previstos para cada actuación, permitirá al equipo gestor y coordinador redefinir "in itinere" el Plan de Calidad Turística de Andalucía.

Se trata, por tanto, de un *plan adaptativo* abierto a modificaciones, a la posibilidad de incluir nuevos proyectos cuya filosofía concuerde con lo recogido en la estrategia de planificación de la Consejería de Turismo y Comercio. Así mismo este análisis permitirá prescindir de aquellas actuaciones cuyos resultados no aseguren

el umbral u objetivo mínimo establecido para la misma.

Conocer cuáles de las actuaciones propuestas son llevadas a cabo con éxito, detectar cuáles presentan incidencias o desviaciones en relación a lo que se esperaba de ellas, y finalmente, obtener el grado en que se han cumplido los compromisos asumidos en el Plan de Calidad Turística de Andalucía constituyen en sí mismo un mecanismo generador de calidad.

Esta información, a fin de cumplir con el principio de transparencia, se recogerá anualmente en un informe emitido por la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.

*“Calidad” es poder medir el trabajo realizado.*



