

SECCIÓN

**18.00**

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO





## 1. COMPETENCIAS Y OBJETIVOS DE LA SECCIÓN

A la Consejería de Turismo y Comercio, en el marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma por el Estatuto de Autonomía para Andalucía, le corresponden las relativas al turismo, al comercio y a la artesanía, ejerciendo estas competencias mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de dichas materias.

La Consejería de Turismo y Comercio a los efectos de cumplir con las competencias atribuidas distribuye las mismas de la siguiente manera:

- La Secretaría General para el Turismo, con rango de Viceconsejería, que gestiona el Programa 75B denominado "Planificación, Ordenación y Promoción Turística".
- La Secretaría General Técnica que gestiona el programa 75A denominado "Dirección y Servicios Generales de la Consejería de Turismo y Comercio".
- La Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo que gestiona el programa 75D denominado "Calidad, Innovación y Fomento del Turismo".
- La Dirección General de Comercio que gestiona el programa 76A denominado "Ordenación y Promoción Comercial".

### POLITICA DE TURISMO

- Impulsar el turismo sostenible como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo y desarrollo económico.
- Promocionar Andalucía como destino turístico, atendiendo a la realidad cultural, medioambiental, económica y social, favoreciendo la desestacionalización y garantizando el tratamiento unitario de su marca turística.
- Consolidar el turismo como sector clave para el desarrollo futuro de Andalucía, en términos de competitividad y sostenibilidad económica, ambiental y social.
- Mejorar la oferta turística y potenciar la calidad y la innovación de los destinos, recursos y empresas turísticas como elementos de una actividad turística más rentable, mejor distribuida en el tiempo y más equilibrada territorialmente.

### POLITICA DE COMERCIO Y ARTESANIA

- Potenciar el mantenimiento y la creación de empleo estable y de calidad en el sector comercial.



- Promover la modernización y la implantación de las tic en las pymes comerciales para aumentar su competitividad.
- Favorecer la empleabilidad de las personas jóvenes y promover la cultura emprendedora en el sector comercial.
- Fomentar la cooperación empresarial en el sector comercial.
- Potenciar el tejido comercial en los núcleos urbanos, impulsando los centros comerciales abiertos.
- Impulsar la territorialización de los canales de distribución para contribuir a la sostenibilidad.
- Mejorar el conocimiento del sector comercial y generar espacios de encuentro y participación.
- Incrementar la competitividad de las pymes artesanas.
- Promocionar la artesanía de andalucía y potenciar la comercialización de los productos artesanos.
- Impulsar el asociacionismo en el sector artesano.
- Mejorar la competitividad del comercio ambulante a través de su modernización y formación.
- Mejorar la calidad y el aprovechamiento de las infraestructuras congresuales y feriales de Andalucía.

#### INSTRUMENTOS DE PLANIFICACION ESTRATEGICA EN EL AREA DE TURISMO

##### Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía.

Representa, dentro de toda la estructura de planes que está poniendo en marcha en materia de turismo la Consejería de Turismo y Comercio, la herramienta de planificación de mayor rango, que aportará a los demás planes, y a la política turística andaluza en general, el necesario marco de referencia estratégico a medio plazo.

La nueva planificación, actualmente en elaboración, se centrará en potenciar el tejido empresarial y generar empleo estable, promover un uso óptimo de los recursos, favorecer la reactivación de destinos maduros, fomentar la implantación de nuevas tecnologías y sistemas de calidad, impulsar el reconocimiento social de la actividad turística y generar sinergias con otros sectores productivos.

### Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible 2014-2020.

Tiene como objetivo primordial impulsar y revitalizar el interior de Andalucía a través del turismo y apoyar la actividad que desarrollan los distintos agentes vinculados a la industria turística, lo cual en sí mismo es un objetivo con un alto contenido estratégico, encaminado a combatir la estacionalidad del sector turístico y el desempleo.

### Estrategia para la Gestión de la Estacionalidad

La misión principal de estas estrategias es reducir los efectos de la estacionalidad en Andalucía, sobre todo en el empleo y la estabilidad económica de los colectivos dependientes del turismo, prolongando las épocas de gran afluencia turística, y paliar de esta manera las consecuencias negativas que tiene el fenómeno estacional en el turismo de nuestra Comunidad.

### Plan Director de Promoción Turística de Andalucía.

Recoge las bases de trabajo respecto al producto que se quiere promocionar y comercializar, analizando su mercado, clientes, entorno y competidores, fortalezas y debilidades, y tras dicho análisis, plantea una batería de actuaciones promocionales encaminadas a mejorar la posición competitiva de Andalucía en el entorno mundial.

Hace un diagnóstico estratégico partiendo de la situación actual de la industria turística.

### Plan de Calidad Turística de Andalucía.

Tiene por objetivo orientar y definir el futuro de la política turística en materia de calidad, basándose en una gestión sostenible y responsable del sector; con mayor alineamiento, y cercanía de la acción pública a las necesidades de las empresas, profesionales y destinos turísticos; contemplando en la gestión de los entornos y servicios, elementos como la accesibilidad o la protección de las personas usuarias, que se ha de convertir en una prioridad a tener en cuenta por los gestores públicos, impulsando 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.

## INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA EN EL AREA DE COMERCIO

### Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía.

Concebido como un Plan para la reactivación del comercio interior de Andalucía, se marca como objetivos fundamentales la defensa del modelo comercial andaluz, manteniendo el equilibrio entre formatos con el apoyo a la pequeña y mediana empresa comercial, la creación del empleo estable, la potenciación del comercio urbano y la territorialización de los canales de distribución, impulsando asimismo, sinergias entre el sector comercio y otros sectores, como el turismo y la artesanía.



Plan Integral de Fomento de la Artesanía de Andalucía.

Tiene como objetivo fundamental la modernización y la promoción de la artesanía de Andalucía a través de cuatro líneas estratégicas: La ordenación de la actividad artesana y el fomento del asociacionismo; el fomento y la promoción del sector; la potenciación de la comercialización de los productos artesanos; y el fomento del papel de la mujer en el sector.

Plan Integral para el Comercio Ambulante de Andalucía.

Será el primer plan concreto y específico para este sector en Andalucía, y tiene como objetivos principales el impulso de la profesionalización y la especialización de este subsector, la optimización de la gestión de los mercadillos y la dinamización del proceso de comercialización y distribución de las empresas de comercio ambulante.

OTROS PLANES DE LA CONSEJERIA.

Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones de Andalucía

Cuyo objetivo es establecer las estrategias y actuaciones necesarias para situar a Andalucía a la cabeza de la Industria del turismo de Reuniones, aumentando su capacidad competitiva y cualificando un sector que se concibe vital, por su efecto diversificador y desestacionalizador del turismo y generador de empleo.

## 2. ESTRUCTURA DE LOS PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

<b>PROGRAMAS</b>	<b>2015</b>	<b>%</b>
<b>75A</b> D.S.G. de Turismo y Comercio	17.680.438	15,0
<b>75B</b> Planificación, Ordenación y Promoción Turística	66.284.051	56,4
<b>75D</b> Calidad, Innovación y Fomento del Turismo	16.559.314	14,1
<b>76A</b> Ordenación y Promoción Comercial	17.099.334	14,5
<b>TOTAL</b>	<b>117.623.137</b>	<b>100</b>

<b>CAPÍTULOS</b>	<b>2015</b>	<b>%</b>
<b>I</b> Gastos de Personal	31.281.690	26,6
<b>II</b> Gastos Corrientes en Bienes y Servicios	1.103.824	0,9
<b>III</b> Gastos Financieros	0	0,0
<b>IV</b> Transferencias Corrientes	24.916.443	21,2
<b>Operaciones Corrientes</b>	<b>57.301.957</b>	<b>48,7</b>

<b>VI</b>	Inversiones Reales	4.616.176	3,9
<b>VII</b>	Transferencias de Capital	55.705.004	47,4
<b>Operaciones de Capital</b>		<b>60.321.180</b>	<b>51,3</b>
<b>OPERACIONES NO FINANCIERAS</b>		<b>117.623.137</b>	<b>100</b>
<b>VIII</b>	Activos Financieros	0	0,0
<b>IX</b>	Pasivos Financieros	0	0,0
<b>OPERACIONES FINANCIERAS</b>		<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL</b>		<b>117.623.137</b>	<b>100</b>

### 3. DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

#### 75A DIRECCIÓN Y SERVICIOS GENERALES DE TURISMO Y COMERCIO

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

Las actuaciones para el 2015 continuarán orientadas a la realización de una revisión de los procedimientos en la Consejería destinada a la consecución de una gestión más eficaz y eficiente de los recursos.

Las actuaciones desarrolladas en el Programa se pueden agrupar en:

- Tramitación de los contratos que se financian con créditos del capítulo II del Presupuesto de Gastos de la Consejería, cualquiera que sea el programa, y los de capítulo VI correspondientes al programa de "Dirección y Servicios Generales", así como la coordinación de las cuestiones relativas a la materia de convenios, y la administración de los medios de la Consejería. Siendo línea principal de actuación de dicho objetivo, apoyar técnicamente en la tramitación de los expedientes de contratación de la Consejería y la gestión y control de los recursos materiales. Además de ésta destacan las siguientes líneas de actuación:

1. Administración general de las dependencias donde se ubican los Servicios Centrales de la Consejería; atención de las necesidades de material de oficina, de mobiliario y gestión del parque móvil.

2. Coordinación del patrimonio adscrito a través del Subsistema de Inventario, así como la propuesta e informe de los expedientes relativos a patrimonio en los que participa la Consejería.



3.Coordinación con la Agencia Andaluza de la Energía de los contratos de suministro eléctrico en el ámbito de la Consejería.

•Apoyo legislativo a los diferentes órganos de la Consejería, consistente en prestar asistencia jurídica y tramitar y elaborar disposiciones normativas. Esta labor se desarrolla en las siguientes líneas básicas de actuación:

1.Elaborar, tramitar y aprobar las disposiciones de carácter general y actos administrativos de la Consejería.

2.Realizar los informes jurídicos solicitados bien por los centros directivos de la Consejería o bien por centros externos a la misma.

3.Realizar las propuestas de resolución de los recursos administrativos, requerimientos previos de otras Administraciones y tramitación de expedientes judiciales interpuestos contra la Consejería.

4.Remisión al Boletín Oficial de la Junta de Andalucía de normas y actos administrativos emanados de los órganos administrativos de esta Consejería.

5.Elaboración de propuestas de resolución de revisión de oficio de disposiciones y actos nulos y declaración de lesividad de actos anulables cuya resolución corresponda a la persona titular de la Consejería.

6.Iniciación, instrucción y elaboración de las propuestas de resolución de las reclamaciones de responsabilidad patrimonial.

· Planificación, programación y ordenación de los recursos humanos de la Consejería. Destacando las siguientes líneas de actuación:

1.Tramitación de actos administrativos en materia de personal.

2.Gestión de nóminas, ayudas sociales, IT, etc.

3.Gestión del capítulo I del presupuesto de gastos.

4.Tramitación de las modificaciones de la Relación de Puestos de Trabajo

5.Tramitación de permisos y vacaciones

6.Supervisión del cumplimiento de la jornada laboral.

7.Propuestas de resolución de recursos administrativos en materia de personal.

8.Gestión de expedientes de recursos contenciosos administrativos interpuestos contra la Consejería en materia de personal.



9. Diseño, propuesta y gestión de actividades formativas.

10. Gestión del registro de documentos.

- Gestión de los expedientes de gasto asociados al funcionamiento interno de la Consejería, centrándose en la tramitación de los expedientes gestionados por anticipo de caja fija, la pagaduría y la habilitación de la Consejería.

- Coordinación de la gestión presupuestaria de la Consejería, centrada en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la Consejería. Asesoramiento y seguimiento de la ejecución del Presupuesto aprobado así como sus respectivos sistemas de información, con la tramitación de las modificaciones presupuestarias necesarias. También se incluye en esta parcela la coordinación con las Entidades Instrumentales adscritas a la Consejería y los Centros Directivos responsables de sus programas presupuestarios.

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

- En el ámbito de la gestión presupuestaria destaca la labor de implantación y seguimiento del Plan de racionalización por parte de los Centros Directivos adscritos a esta Consejería, lo que supone:

1. El análisis y valoración de la implantación de las medidas de racionalización del gasto en la Consejería.

2. La coordinación y remisión de la información requerida por parte de la Consejería de Hacienda y Administración Pública para el cumplimiento de dicho Plan.

- Coordinación y gestión de los sistemas de información y documentación de la Consejería. En concreto dicho objetivo se desarrolla a través de las siguientes líneas de actuación:

1. Adquisición y tratamiento de los materiales bibliográficos y documentales, incluidos los estudios, de las materias que son competencia de la Consejería para su posterior puesta en uso: consulta, préstamo, elaboración de dossiers documentales y difusión selectiva de la información.

2. Edición, gestión, distribución y difusión del fondo editorial de la Consejería para contribuir a la memoria de la institución y a la difusión de los contenidos generados o patrocinados por la Consejería; así como coordinación y supervisión del mismo en el ámbito de la Consejería y sus organismos dependientes.

3. Coordinación, asesoramiento y gestión de la imagen corporativa de la Consejería y suministro de logotipos propios de la misma para su inclusión en los diferentes soportes de comunicación, ejerciendo la mediación con la D.G. de Comunicación Social de la Consejería de



Presidencia e Igualdad.

4.Gestión de transferencias de documentación administrativa al Archivo Central de la Consejería, tratamiento de la misma y servicios posteriores como consulta y préstamo.

5.Coordinación con el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de las medidas para la producción estadística de la Consejería.

6.Coordinación y gestión del diseño de los contenidos de la página web de la Consejería e implementación de nuevas utilidades diseñando, actualizando y gestionando los contenidos de la Consejería en las redes sociales.

7.Coordinación, asesoramiento y gestión del Plan Anual de Comunicación Institucional.

8.Coordinación y asesoramiento de la producción Cartográfica de la Consejería.

•Planificación y gestión de los servicios informáticos de la Consejería, incluyendo la ejecución de las líneas estratégicas entre las que se encuentra la implantación de nuevas funcionalidades, así como nuevas capacidades y funcionalidades de la Administración electrónica. Dichos objetivos se desarrollan en las siguientes líneas fundamentales:

1.Incorporar nuevas aplicaciones que nos permitan ir cubriendo las competencias de la Consejería así como adaptar y mejorar las ya existentes.

2.Incorporar las aplicaciones de variables de género, para su posterior uso en sistemas estadísticos y de toma de decisiones.

3.Incluir información de georeferenciación en elementos georeferenciables, así como normalización de datos espaciales para la georeferenciación.

4.Adaptación de las aplicaciones existentes a nuevos requerimientos de Administración electrónica y a modificaciones normativas.

5.Adaptación del Servicio de Informática al Esquema Nacional de Seguridad

6.Renovación de infraestructuras tecnológicas de la Consejería, por obsolescencia y por mejora de los servicios prestados.

7.Renovación del equipamiento de impresión por obsolescencia y por mejora en la eficiencia energética.

8.Migración progresiva hacia un modelo de gestión por servicios en el servicio informático según estándares internacionales.

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

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

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

1. Asesorar a los órganos competentes de la Consejería en la elaboración del informe de evaluación del impacto por razón de género.

2. Llevar a cabo el seguimiento, evaluación del desarrollo y cumplimiento del Plan Estratégico para la Igualdad de mujeres y hombres.

3. Recibir las estadísticas oficiales de la Consejería y de sus entidades instrumentales, y realizar el análisis, seguimiento y control de los datos desde la dimensión de género.

4. Impulsar la formación y sensibilización del personal de la Consejería y entidades instrumentales en relación al principio de igualdad de oportunidades.

5. Asesorar en la elaboración de los planes de igualdad, colaborar en su evaluación y favorecer la elaboración de medidas correctoras.

6. Impulsar y apoyar el desarrollo de medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal de las mujeres y hombres.

7. Realizar la asistencia técnica al personal y órganos de la Consejería y de sus entidades instrumentales en relación a la aplicación de las políticas de igualdad, y especialmente en el seguimiento de la publicidad institucional.

8. Colaborar con el Instituto Andaluz de la Mujer al objeto de garantizar la adecuada cooperación en la coordinación de las actuaciones en materia de igualdad de mujeres y hombres.

9. Y en general, velar por la aplicación efectiva del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de la competencia de la Consejería de Turismo y Comercio.

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



## **75B PLANIFICACIÓN, ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA**

La Secretaría General para el Turismo, como órgano responsable de la ejecución del programa presupuestario 75B, asume las competencias de impulso, dirección, coordinación, evaluación y control de las políticas que desarrolle la Consejería en materia de turismo, y, en particular, le corresponden las establecidas en el art. 5.2 del Decreto 30/2014, de 4 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio:

- La formulación de las estrategias y la programación de directrices en materia de planificación turística.

- El impulso, la elaboración, la ejecución y el seguimiento del Plan General del Turismo o de los instrumentos de planificación que lo desarrollen.

- La elaboración y tramitación de propuestas y proyectos de la ordenación turística relacionados con la planificación y la promoción

- El fomento de la actividad económica turística y de aquellas actuaciones enmarcadas en los distintos instrumentos y programas de ordenación de los recursos turísticos potenciando su diversificación y el diseño de nuevos productos turísticos en un contexto de colaboración público-privada.

- La instrucción y elaboración de la propuesta de resolución en los procedimientos de declaración de campos de golf de interés turístico.

- El impulso de la innovación y de la modernización tecnológica de las empresas y establecimientos turísticos.

- La promoción interior y exterior de Andalucía como destino turístico.

- La potenciación de la comercialización turística directa a través de las nuevas tecnologías.

- El control de la explotación de los establecimientos de alojamiento turístico cuya titularidad sea de la Administración de la Junta de Andalucía.

- El establecimiento de directrices y programas en materia del servicio de información turística prestado por las oficinas de turismo y, en particular, respecto de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía.

- Cualquiera otras que le atribuya la legislación vigente o resulten necesarias para el ejercicio de sus competencias.

Según la Organización Mundial de Turismo, el número de llegadas de turistas a nivel mundial ha alcanzado la cifra de los 1.087 millones en el año 2013, lo que supone un +4,8% más respecto

al año anterior, crecimiento que se vuelve a dar un año más dentro de una situación de inestabilidad económica en el mundo.

Asimismo, en este año 2013 el crecimiento se ha dado casi por igual según economías, del +4,8% para las avanzadas y del +4,7% para las emergentes, circunstancia que difiere de la trayectoria marcada en la industria turística años atrás.

Unos datos muy representativos teniendo en cuenta la necesidad actual de estimular el crecimiento y la creación de empleo. Para poder mantener estos porcentajes de crecimiento, es necesario que los destinos sean cada vez más competitivos, que sean capaces de satisfacer una demanda turística que exige productos y servicios de una mayor calidad.

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

En 2013, Andalucía registró un total de 22,4 millones de turistas, continuando la senda de recuperación y situándose a niveles de 2009. El protagonista del cambio de tendencia ha sido el mercado nacional. Durante el primer semestre del año se han recibido algo más de 10 millones y medio de turista que han supuesto un crecimiento del 8,0%.

El turismo sigue constituyendo una actividad estratégica en la economía andaluza. La contribución al PIB ha sido del 12,8%, lo que ha supuesto crecer 0,4 puntos respecto a 2012.

En 2013, los ingresos por turismo han vuelto a aumentar (hasta los 16,4 miles de millones de euros), debido al crecimiento del número de turistas, aunque tanto la estancia media como el gasto medio diario han disminuido (en 0,3 días y 1,38 euros, respectivamente). También se observa que el turismo mantiene un mejor comportamiento que el conjunto de la economía andaluza, suavizando la caída del Producto Interior Bruto.

El turismo también se convierte en un sector estratégico en cuanto a la generación de empleo. Partiendo de una explotación específica de la Encuesta de Población Activa, se estima que en el año 2013, la población ocupada en actividades características de la industria turística ascendió en Andalucía a una media anual de 329.600 individuos, lo que supone un incremento del 2,4% respecto al año 2012.

La crisis económica y financiera ha afectado al empleo de todos los sectores productivos de Andalucía, no habiendo sido la industria turística una excepción. Sin embargo los ajustes no han sido de igual magnitud y algunos sectores han resistido mejor que otros la coyuntura económica adversa. Todos los sectores tienen en 2013 niveles de empleo inferiores a los del año 2007 (año precrisis), pero en ese periodo el descenso de la población ocupada en la industria turística ha sido por término medio del 1,4% anual, una reducción inferior en 2,4 puntos a la de la media de la Comunidad.

Teniendo en cuenta el actual escenario económico, hay que hacer mención especial a la



importancia que la política de género ha tenido en el ámbito del turismo ya que se mantiene el esfuerzo por incentivar, en la medida de lo posible, la participación de la mujer en todos los ámbitos de la industria turística, así como de localizar aquellas acciones que puedan suponer un impacto de género en las políticas de fomento y promoción.

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

- El desarrollo de una planificación turística sostenible basada en un consumo racional de los recursos turísticos del territorio y en un modelo desde el punto de vista social, ambiental, económico y cultural basados en la diferenciación de los productos que ofrecen el turismo andaluz
- El desarrollo de nuevas modalidades de gestión que favorezcan la dinamización y la calidad de los destinos turísticos mediante la coordinación de los agentes públicos y privados.
- El desarrollo de nuevas tecnologías y estrategias de marketing que permitan abrir nuevos mercados emisores de turistas.

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

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

- Adecuar el espacio turístico andaluz a través de la creación de productos y servicios turísticos o mejora de los existentes; así como el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico en las distintas zonas de la comunidad.
- Implantar sistemas de información y apoyo a la gestión, que incluye medidas de gestión los planes y estrategias formulados, así como indicadores de efectos que afectan a un amplio conjunto

de magnitudes relativas a gastos, ingresos, empleo, segmentos específicos, etc.

- Consolidar el liderazgo nacional e internacional del destino Andalucía; aumentar el protagonismo de la marca en los principales emisores nacionales y extranjeros, y dar a conocer la diversidad de la oferta turística.

Para conseguir los objetivos fijados en el programa, la Secretaría General para el Turismo cuenta con la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, y con una serie de instrumentos de planificación e intervención turística, entre los que destaca por su carácter estratégico el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, que consolida la definición del modelo y estrategia de desarrollo turístico a llevar a cabo en la Comunidad Autónoma. En consecuencia, durante el ejercicio 2015 se seguirán acometiendo las labores de desarrollo reglamentario de la citada Ley, así como el desarrollo de los programas de actuación del Plan General de Turismo para el siguiente período, así como aquellos otros planes turísticos y estrategias aprobadas que vengan a desarrollar las actuaciones y políticas de la Junta de Andalucía.

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

- A escala regional, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, el Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-2016 y las Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística 2014-2020.

- A escala intermedia, la Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía, la Estrategia para el Desarrollo Turístico Sostenible del Litoral Andaluz, la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía y el Programa de Recualificación de Destinos.

- A escala local: el Programa de Grandes Ciudades.

Estrategia de Turismo Sostenible:

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

El objetivo es que los Programas que se encuadren en el ámbito de las iniciativas referidas surjan desde el territorio, de tal forma que los agentes públicos y privados de la zona sean los verdaderos protagonistas de la acción de planificación para que exista una plena identificación con



los Programas. Se pretende, en definitiva, que el Programa no venga impuesto al territorio por la Administración Autonómica en un proceso descendente, sino que, en sentido inverso, el programa parta de los Promotores locales y se proponga a la Administración en un proceso ascendente y coparticipado.

La Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía es la herramienta de fomento del turismo mas potente de la Consejería de Turismo y Comercio tanto económicamente como territorialmente.

Programa de Recualificación de Destinos Turísticos.

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

- En general, llevar a cabo una intervención integral en la Costa del Sol incidiendo positivamente en la competitividad y la innovación, garantizando un desarrollo sostenible de la Costa del Sol Occidental, en el marco del vigente Programa de Recualificación de Destinos de la Costa del Sol Occidental.

- Articular la cooperación económica, técnica y administrativa entre las distintas entidades consorciadas, a fin de ejercer de forma conjunta y coordinada las funciones y competencias que les corresponden en materia de gestión, desarrollo y consolidación de la competitividad de la Costa del Sol como destino turístico.

- Ejecutar las obras relativas a la construcción de equipamientos, dotaciones e instalaciones que se consideren convenientes, así como de las eventuales encomiendas de gestión que se practiquen a favor del Consorcio por los entes consorciados o por aquellas otras instituciones públicas que así lo acuerden.

- Asimismo, se iniciarán en 2015 otros programas de recualificación de destinos o de dinamización de destinos turísticos emergentes en el contexto de los planes puestos en marcha por la Consejería.

Programa de Grandes Ciudades:

Por lo que respecta al Programa Grandes Ciudades, está especialmente destinado a la



definición y cofinanciación de Planes Turísticos específicos de ciudades andaluzas de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo es la diversificación de la oferta de las ciudades, ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos y atractivos productos. En 2014 se han terminado los Planes Turísticos de Jaén y Jerez de la Frontera. En 2014 se aprobó el Plan Turístico de Córdoba y se firmó para su financiación el correspondiente convenio entre la Consejería de Turismo y Comercio y el Ayuntamiento de la ciudad. Así mismo se encuentran en ejecución los convenios suscritos entre esta Consejería y los ayuntamientos de Málaga, Sevilla y Granada. Actualmente Se está trabajando en la elaboración de los Planes de Almería y Huelva.

Programa de fomento de productos turísticos singulares.

La diversificación y la innovación son dos de las claves de éxito de un destino turístico. Andalucía tiene potencial para ofrecer una amplia gama de productos turísticos, pero es necesario organizar los componentes de la oferta para estructurar productos diferenciados que respondan a las necesidades y motivaciones de diferentes mercados y segmentos.

Por ello, una de las estrategias mas importantes de la política turística consiste en fomentar verdaderos productos turísticos singulares, esto supone la integración de diferentes componentes de la oferta, controlados por diferentes organismos públicos y por una variedad de operadores privados, ninguno de los cuales ejerce un control directo sobre el resultado final. Esta visión integrada e integradora concibe el producto turístico como la totalidad de la experiencia de viaje, desde que sale de su casa hasta que regresa a la misma. La gran variedad de motivaciones turísticas permite diseñar y comercializar múltiples productos turísticos.

A través de diferentes herramientas administrativas de colaboración con otras administraciones públicas y de colaboración público privada, convenios, contratos de patrocinio, subvenciones, etc., la Administración Turística andaluza fomenta productos novedosos como el turismo astronómico, el industrial, nuevos itinerarios culturales y otros productos de igual singularidad que aportan valor añadido especial y complementan con su singularidad el destino turístico Andalucía.

Acciones promocionales

Por otro lado, la acción promocional turística en 2015 se enmarca en las estrategias y tácticas marcadas en el Plan Director de Promoción Turística 2013-2016, planteadas para alcanzar la gran meta enunciada en el mismo: "promover la complementariedad de la oferta andaluza a través de experiencias únicas, optimizando la rentabilidad económica y social de la industria turística".

Para conseguir este objetivo final, así como aquellos que adquieren en el Plan la categoría de generales –aumento de los ingresos, revertir la actual tendencia de aumento de la estacionalidad, consolidar la posición de Andalucía como receptora de turistas nacionales, incrementar el número de turistas procedentes de mercados no consolidados y mantener las ventajas competitivas en



marcados internacionales referentes-, el Plan de Acción de 2015 plantea un paso adelante en la gestión y promoción del destino mediante el desarrollo y fortalecimiento de las nuevas estrategias y tácticas contenidas en el Plan de Promoción Turística 2013-2016.

Los principales ejes que se prevén atender en 2015, serán los siguientes:

- Plan de choque contra la estacionalidad. Conjunto de medidas planificadas con el objetivo de desestacionalizar la llegada de turistas a Andalucía, logrando una mejor distribución de las llegadas y el consiguiente menor número de cierres en la planta hotelera de Andalucía. Entre las tácticas incluidas en este apartado destacan la creación de productos de temporada media-baja, campañas de publicidad de temporada; generación de productos para consumo en fines de semana y puentes y la identificación de nichos de mercado potenciales tales como el turismo joven o el turismo senior.

- Creación del banco de "Experiencias de Andalucía". Identificación y generación de productos conceptuales bajo el título de Experiencias de Andalucía, tangibles y consumibles. Enmarcados en ellas, se habrán de crear productos únicos y diferenciales, en torno a los cuales se articularán acciones para las que se utilizarán todas las herramientas a nuestro alcance.

- Plan de patrocinios. Diseño de una estrategia integral de patrocinios, identificando oportunidades y marcando objetivos. Diseño de un plan tendente a transmitir de manera adecuada los beneficios turísticos de Andalucía, además de convertirse en instrumentos generadores de riqueza para la economía de Andalucía.

- Acciones dirigidas al mercado nacional, incluido el andaluz. Batería de acciones englobadas bajo el prisma del territorio y diseñadas con el objetivo último de mantener la posición de liderazgo de Andalucía en estos mercados.

- Planes específicos de segmentos desestacionalizadores. Diseño y ejecución de planes temáticos en torno a segmentos con alta capacidad para la generación de movimiento turístico durante todo el año. Implementación en 2015 de los correspondientes a golf, cruceros, reuniones e interior-naturaleza.

- Plan de Fidelización del turista. Conjunto de medidas tendentes a mejorar el índice de repetición del turista en Andalucía y su conversión en el mejor prescriptor posible del destino.

- Plan de marketing digital. Este proyecto se constituye como clave en el Plan de Acción 2015, en el convencimiento de la necesidad de impulsar y mejorar las herramientas de promoción y de contenidos enmarcadas bajo el prisma de las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales.

- Plan de Promoción en mercados consolidados. Planificación y ejecución de acciones offline y online en los considerados mercados internacionales prioritarios: Reino Unido, Alemania y Francia.

- Ventanas de comunicación permanente. Actuaciones constantes durante todo el ejercicio que permitan la difusión de propuestas y mensajes de acuerdo a las necesidades de cada época del

año. Bajo este concepto se incluyen los viajes de familiarización tanto de medios de comunicación como de agentes de viajes por cuanto se celebran durante los doce meses y permiten trasladar a los intermediarios entre la oferta y a demanda la realidad turística de Andalucía.

La aprobación en el 2014 del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, las Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística en Andalucía y el Marco Estratégico para el Fomento del Turismo de Interior Sostenible, marcan las claves y pautas que dirigirán la actuación de nuestra Administración en materia de turismo durante los próximos ejercicios, llegando hasta 2020.

#### Otras acciones

El objetivo final del proyecto europeo ODYSSEA LUSO-ÁNDALUS, es reforzar y consolidar un partenariado estratégico en el espacio de cooperación con objeto de dar respuesta a las tres prioridades de la Estrategia Europa 2020:

1.Crecimiento inteligente, desarrollando el uso de las NTIC para reforzar la actividad económica con la intervención de los actores del territorio, fundamentalmente las PYMES.

2.Crecimiento sostenible, ofreciendo soluciones prácticas para una más equilibrada valoración de los recursos territoriales, su promoción y puesta en valor.

3.Crecimiento integral, poniendo a disposición de los nuevos socios la metodología y los instrumentos de gobernanza ya experimentados en fases previas (fichas técnicas, georeferenciación de productos y servicios y elaboración de un plan de itinerarios)

En concreto, la Consejería de Turismo y Comercio participará en este proyecto consolidando a ciudad Odyssea de Ayamonte para que desempeñe el papel de municipio piloto y contribuya al fortalecimiento de la integración de Pymes y productores al modelo de promoción y venta de productos "autóctonos y auténticos" del territorio. Por otro lado, el proyecto amplía e integra el uso de las NTIC's del modelo a los municipios de Sanlúcar de Gadiana, San Silvestre de Guzmán y el Granada, con el fin de extender y consolidar el itinerario transfronterizo Mar-Río-Tierra Odyssea Luso-Ándalus.

## **75D CALIDAD, INNOVACION Y FOMENTO DEL TURISMO**

La Dirección de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, como órgano responsable de la ejecución del programa presupuestario 75D, asume las competencias establecidas en el artículo 7 del Decreto 30/2014, de 4 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio:

1.La planificación, seguimiento y evaluación de la estrategia de calidad turística, en el marco del Plan General del Turismo.



2.El diseño y la planificación de las acciones dirigidas a la potenciación de la innovación y la modernización tecnológica de las empresas, establecimientos y servicios turísticos.

3.La elaboración y tramitación de propuestas y proyectos de ordenación relativos a la oferta turística.

4.La gestión y ejecución de las acciones y programas destinados al apoyo y fomento de la actividad turística, así como los dirigidos a la potenciación de la calidad e innovación.

5.La coordinación del Registro de Turismo de Andalucía.

6.La elaboración, seguimiento y evaluación de los planes de inspección en materia de turismo.

7.La gestión y control de los servicios, empresas y establecimientos turísticos, así como cualquier otra competencia en materia de inspección turística atribuida reglamentariamente.

8.Las actuaciones destinadas a promover la mejora de las infraestructuras y servicios turísticos.

9.El establecimiento de medidas para asegurar la efectividad y la garantía de los derechos reconocidos a las personas usuarias de los servicios turísticos.

10.El diseño y la coordinación de análisis estadísticos, estudios y prospectivas en materia de turismo.

11.La difusión de los resultados de aquellas investigaciones que contribuyan al conocimiento y mejora del turismo andaluz.

12.El fomento de la formación y el perfeccionamiento de las personas profesionales del turismo.

13.La demás que le atribuya la legislación vigente.

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

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

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

volúmenes de turistas se suelen concentrar en el tercer trimestre del año.

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

Por otra parte, es imprescindible resaltar el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en el sector, lo que requiere que desde este centro directivo se siga apostando por la implementación de las mismas en los distintos servicios turísticos.

Los objetivos principales de la Dirección General se centran en la consolidación del sector turístico como una de las actividades económicas estratégicas para el desarrollo sostenible de Andalucía y su recuperación socioeconómica; la contribución a la ruptura de la estacionalidad, favoreciendo la optimización de las infraestructuras, servicios, instalaciones y establecimientos, la mejora de la calidad, turística y de los beneficios sociales y económicos y la descongestión de los destinos turísticos maduros; impulsar la competitividad de las empresas turísticas, favoreciendo su internacionalización y el desarrollo del tejido asociativo empresarial; apoyar la innovación de las empresas, servicios y destinos turísticos; impulsar el desarrollo profesional de los trabajadores y trabajadoras aunando esfuerzos para favorecer la creación de empleo de calidad en el ámbito turístico.

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

- Plan de Calidad Turística de Andalucía.
- Programa anual de estadística 2015.
- Proyecto Andalucía Lab. Plan de actividades 2015.

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

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

En relación Programa Gestión de la calidad y atención al turista en destino, tras la entrada en



vigor del “III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014 - 2018”, se continuará con la ejecución de las actuaciones previstas en el mismo. Su objetivo general es la contribución al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en los criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad en los destinos turísticos andaluces, promoviendo al mismo tiempo la innovación en la gestión turística y el apoyo a los sectores turísticos poco consolidados que posibiliten la diferenciación y el liderazgo de Andalucía como destino de referencia.

Las principales líneas de trabajo serán las siguientes:

- Desarrollo de las actuaciones previstas en el Plan de Calidad Turística de Andalucía: desarrollo de la campaña Bandera Azul en Andalucía, distintivo dirigido a aumentar el prestigio del municipio, provincia y comunidad autónoma que cuenta con mayor número de ellas; 11 Edición del directorio de establecimientos y espacios certificados de Andalucía; Proyectos de turismo gastronómico y turismo Industrial; Manual y decálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad; Estudio accesibilidad oferta turística; Creación distintivo Andalucía Accesible; Elaboración cuadro de mando del Plan de Calidad Turística de Andalucía

- Fomento y desarrollo de programas de calidad turística en destino.

- Convocatoria de subvenciones para la implantación de sistemas de calidad.

- Actuaciones de apoyo a las certificaciones de calidad: asistencia técnica para la certificación en materia de calidad, medio ambiente y accesibilidad.

- Difusión y reconocimiento de establecimientos certificados en materia de calidad turística.

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

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

Andalucía Lab se estructura en las siguientes áreas:

- Research Lab: generadora de conocimiento, desarrolla e impulsa proyectos de investigación y diseña herramientas de alta utilidad para la industria turística.

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

En cuanto al Programa fortalecimiento del tejido empresarial andaluz, a lo largo del año se harán frente a los compromisos adquiridos en ejercicios anteriores como consecuencia de la convocatoria de ayudas dirigidas a pequeñas y medianas empresas del sector, para el fomento de servicios turísticos y creación de nuevos productos.

En relación al Programa de adecuación del espacio turístico, está previsto que durante el año 2015 se haga igualmente a los compromisos adquiridos en ejercicios anteriores en las convocatorias de subvenciones en materia de infraestructuras turísticas para entidades locales.

Finalmente, en relación con el Programa de cualificación de los recursos humanos, en el ejercicio 2015 continuarán las líneas de colaboración con los actores implicados en el sector turístico para la implementación de planes de formación sectorial especializada, con el objetivo de dotar a los profesionales del turismo de aquellos conocimientos y habilidades que faciliten la adaptación a las nuevas realidades del sector. También se prevé la convocatoria de becas para la formación en materia de turismo.

## **76A ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL**

El Decreto 30/2014, de 4 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio, en virtud de su artículo 8, atribuye a la Dirección General de Comercio competencias en materia de Comercio y Artesanía. Estas competencias son las siguientes:

- La elaboración de propuestas y proyectos de ordenación en materia de comercio interior de Andalucía.
- El impulso, elaboración, ejecución y seguimiento de la planificación del comercio interior de Andalucía, según la legislación vigente.
- Las actividades de inspección en materia de comercio, así como el control de sus aspectos administrativos, legales y técnicos.
- La realización de estudios de mercado, programas y convenios con Administraciones,



instituciones o entidades públicas para la mejora de la comercialización.

- El fomento de la creación y mejora de los establecimientos comerciales.
- El impulso a la innovación y modernización tecnológica, y mejora de la competitividad a las pymes comerciales andaluzas.
- La potenciación del comercio urbano a través de los Centros Comerciales Abiertos así como la elaboración y tramitación de propuestas y proyectos de ordenación relativos al reconocimiento oficial de los Centros Comerciales Abiertos de Andalucía.
- Las actuaciones destinadas a fortalecer y consolidar el sector congresual y ferial de Andalucía.
- La elaboración y tramitación de propuestas y proyectos de ordenación relativos al reconocimiento oficial de las ferias comerciales de Andalucía, así como la elaboración del calendario anual.
- Las funciones que correspondan a la Comunidad Autónoma en relación a las Cámaras de Comercio de Andalucía.
- El impulso, fomento y la elaboración de propuestas y proyectos de ordenación de la artesanía andaluza en su doble vertiente, productora y comercializadora.
- El impulso, elaboración, ejecución y seguimiento de la planificación de la artesanía de Andalucía.
- Las actuaciones orientadas al impulso y fortalecimiento del comercio ambulante en Andalucía.
- Cualesquiera otras que le atribuya la legislación vigente o resulten necesarias para el ejercicio de sus competencias.

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

En el ejercicio 2015, el objetivo primordial al que se dirigirán las actuaciones a desarrollar en materia de comercio y que se enmarcan en el nuevo Plan de Reactivación va a ser la defensa del comercio andaluz, modelo que equilibra los diferentes formatos comerciales y favorece la compatibilización de la vida social, laboral y personal.



Otro objetivo fundamental en 2015 será el desarrollo de actuaciones tendentes a mejorar la eficiencia productiva de las pymes comerciales andaluzas, así como el impulso de la territorialización de los canales de distribución, reforzando la capacidad competitiva de las pymes comerciales andaluzas y evitando la pérdida de empleo en el sector. En este marco, se va a continuar con la línea de ayudas dirigida a desarrollar actuaciones tendentes a mejorar la competitividad y productividad de las pymes comerciales andaluzas, promover la modernización y remodelación de los establecimientos, adaptándose así a los nuevos formatos comerciales para hacer viable la continuidad y permanencia de la actividad comercial.

En la convocatoria de las mismas se va seguir valorando prioritariamente el mantenimiento o creación de puestos de trabajo, así como la implantación en la empresa de planes orientados a la igualdad de género.

Asimismo, se pretende estimular la innovación y la calidad en la empresa comercial y reconocer la excelencia de las pymes comerciales andaluzas con la convocatoria de Premios Andalucía del Comercio Interior en 2015. En la modalidad “Premio Andalucía del Comercio Interior a la Empresa Comercial Andaluza” se valorará la implantación de un Plan de Igualdad en la empresa comercial.

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

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

En este sentido, se potenciará la revitalización de los centros urbanos de las ciudades para la consecución de sinergias entre los sectores turismo y comercio que repercutan positivamente en el empleo y la economía en general.



Dentro de la ejecución del Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones, que fue aprobado en 2014, se van a realizar durante el año 2015 una serie de actuaciones tendentes a mejorar el posicionamiento de la industria de reuniones en el ámbito nacional e internacional, a mejorar su calidad y competitividad y a fomentar las condiciones laborales estables en este sector.

Asimismo, a través de este Plan, durante el año 2015 se va a desarrollar el sistema de análisis y medición del sector, tanto de la situación de la actividad congresual y ferial en Andalucía, como de los principales mercados emisores y se va a impulsar la promoción, captación y organización de ferias y congresos en Andalucía.

Igualmente y dado que las infraestructuras congresuales y feriales se constituyen como espacios fundamentales para el desarrollo de esta actividad, es imprescindible el apoyo institucional para la modernización y conservación de las instalaciones existentes en nuestra Comunidad. En este contexto, también está previsto, la finalización de las obras de ampliación del Palacio de Congresos de Córdoba.

El fomento de la artesanía andaluza constituye otro de los objetivos del ejercicio 2015. Entre las líneas estratégicas seguidas desde la Consejería toman una gran importancia las políticas que se están llevando a cabo, en reconocimiento de aquellas zonas y territorios con singularidad y concentración de actividad artesana, haciendo más visible la artesanía andaluza y las zonas donde se da una mayor concentración de talleres artesanos. En este sentido se están produciendo declaraciones de diferentes Zonas de interés artesanal a lo largo de todo el territorio andaluz, celebrando en cada Zona actos de entrega de placas identificativas a cada uno de los talleres incluidos en las mismas.

Está previsto dar continuidad a este tipo de actuaciones de reconocimiento de Zonas de interés artesanal así como proseguir con el reconocimiento de Puntos concretos de interés artesanal dentro y fuera de ellas. Asimismo se seguirá impulsando el nombramiento de nuevos Maestros Artesanos, con su correspondiente difusión. También se fomentará la participación de artesanos en ferias y otros eventos relacionados con las materias cuyas competencias ostenta esta Consejería, principalmente todos aquellos que contribuyan a racionalizar la sinergia que puede suponer vincular la artesanía con el comercio y el turismo. Se va a hacer partícipes a los Maestros Artesanos en los Premios de Comercio, invitándoles a elaborar una pieza artesana única para entregar como galardón a los premiados y que sirva también para dar una mayor difusión a la artesanía de nuestra Comunidad Autónoma.

Por otro lado, se considera necesario para poner en valor la calidad de la artesanía de nuestra Comunidad Autónoma crear un distintivo de calidad para sus productos, orientado a favorecer la promoción, distinción y competitividad de la artesanía andaluza, con el fin de mejorar la percepción en el mercado de esa calidad real, clara y efectiva de la que disponen los productos artesanos andaluces. Del mismo modo, se trata de aprovechar la oportunidad que nos ofrecen las nuevas tecnologías para contribuir a la modernización e incremento de la competitividad de los talleres

artesanos desarrollando un abanico de actuaciones que ayuden en lo posible a la adaptación de los mismos para poder dar respuesta a las nuevas tendencias del mercado actual.

Como novedad, se apostará por reconocer la excelencia en el sector con la creación de los Premios de Artesanía de Andalucía.

Otra importante herramienta que se va a utilizar en el próximo año para fomentar la artesanía, va a ser la convocatoria de subvenciones en materia de artesanía para el año 2015. Esta tiene por objeto poner en valor los productos artesanos andaluces y modernizar los talleres y empresas artesanas, así como el impulso del asociacionismo en todos sus niveles y el apoyo a la creación y consolidación de las Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de artesanos y artesanas.

Para conseguir estos objetivos, se van a subvencionar conceptos como: Conexión a internet, gastos de dominios, hostings y similares; participación u organización de ferias o muestras de artesanía en lo relativo a gastos de promoción; actuaciones de remodelación, mejora funcional o tecnológica, o mejora de la imagen del taller artesanal; gastos de acondicionamiento del taller artesanal para su adecuación a los requisitos necesarios para su inclusión en las Rutas de Interés Artesanal; diseño e implantación de sistemas de portales de ventas no presenciales, etc.

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

Asimismo, se implantará un Plan específico para el Comercio Ambulante de Andalucía, contemplando el mismo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Elaboración estudios y publicación de informes. Además de lo que pudieran hacerse desde el servicio, quizás se pueda plantear alguna ayuda o acuerdo de colaboración con asociaciones de comerciantes, cooperativas, etc.

- Desarrollo de una aplicación que permita mantener actualizada la información, accesible a perfiles públicos y privados, incluyendo bases de datos, noticias, normativas, etc.

- Acciones formativas: programa bastante amplio, según posibilidades. Quizás por temas de competencias de otras Consejerías haya que llamarlas por otro nombre, pero el fin es “formar a los comerciantes”.

- Ayudas a Comerciantes y/o Pymes para modernización.

- Ayudas a Ayuntamientos para mejora de las infraestructuras.

Medidas para dotar al sector del comercio ambulante de distintivos de calidad:



- Manual de Buenas prácticas
- Normativa Higiénico-Sanitaria específica para el sector
- Adaptación de las medidas de prevención de riesgos laborales.

Se realizarán campañas institucionales de concienciación al consumidor para un consumo responsable que exija el cumplimiento de las garantías legales, sociales, laborales y medio ambientales, incentivando la compraren los mercados locales y en las tiendas de barrio.

Igualmente, se contribuirá a potenciar el sistema arbitral y mediación como mecanismo de resolución de conflictos con los comercios ya que ofrece a los clientes una garantía añadida sobre sus productos o servicios, favorece la confianza entre consumidores o usuarios y empresas, evita pleitos largos y costosos, es gratuito para ambas partes y además es rápido.