

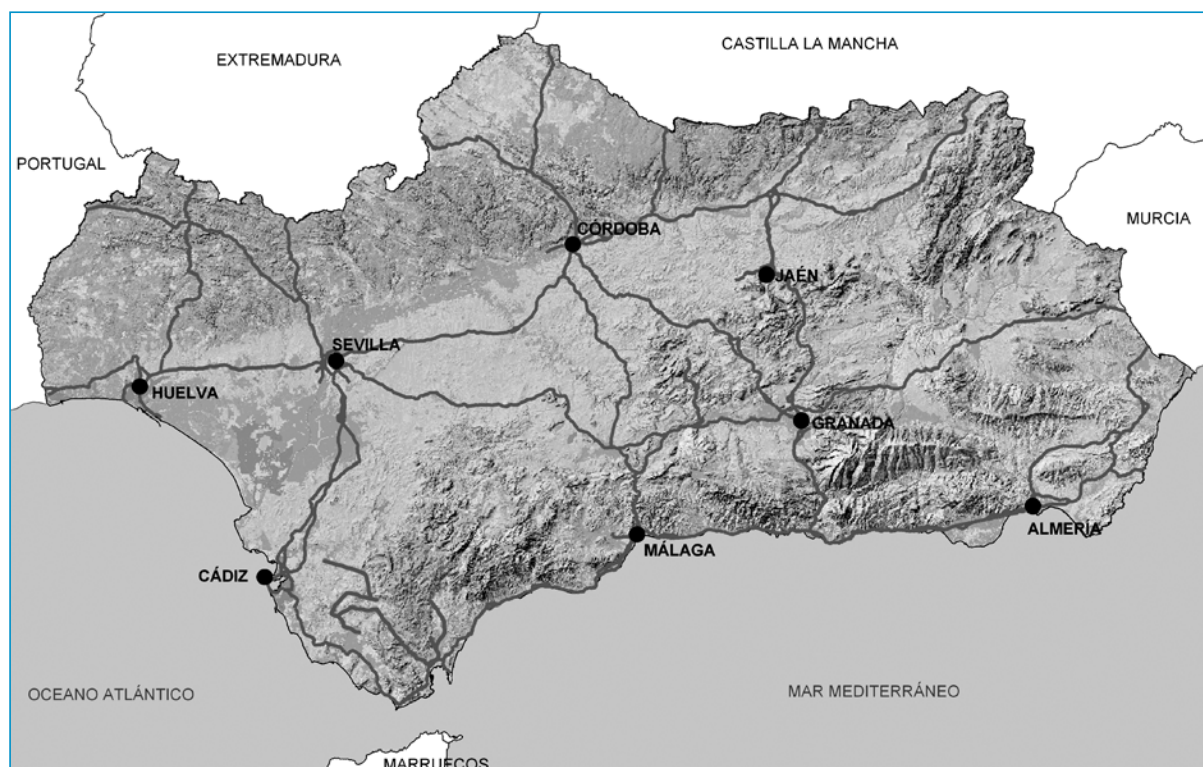


PACTO ANDALUZ POR EL TURISMO



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

III Pacto Andaluz por el Turismo



III Pacto Andaluz por el Turismo. – Sevilla:
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2005
22p.; 24 cm
D.L.: CA-/606-05
1. Turismo 2. Andalucía I. Andalucía. Consejería de
Turismo, Comercio y Deporte II. Tercer Pacto Andaluz
por el Turismo

EDITA
Junta de Andalucía
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

DISEÑO Y PRODUCCIÓN
Graficolor S. L.

DEPOSITO LEGAL: CA-/606-05

Esta publicación está disponible para la consulta y préstamo en el Centro de Documentación y Publicaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía y accesible a texto completo en:
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones>

En Sevilla, a 7 de septiembre de 2005

Reunidos

De un parte, el Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, en la representación legal que de la misma tiene atribuida.

De otra, el Sr. D. Manuel Pastrana Casado, Secretario General de la Unión General de Trabajadores de Andalucía y el Sr. D. Francisco Carbonero Cantador, Secretario General de Comisiones Obreras de Andalucía, en la representación legal que de las mismas tienen atribuidas.

Y de otra, el Sr. D. Santiago Herrero León, Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, en la representación legal que tiene atribuida.

Exponen

Que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, la Confederación de Empresarios de Andalucía y las Organizaciones Sindicales, Unión General de Trabajadores de Andalucía y Comisiones Obreras de Andalucía, tienen la firme voluntad de enmarcar la definición de la política turística de la presente legislatura en el ámbito de la concertación.

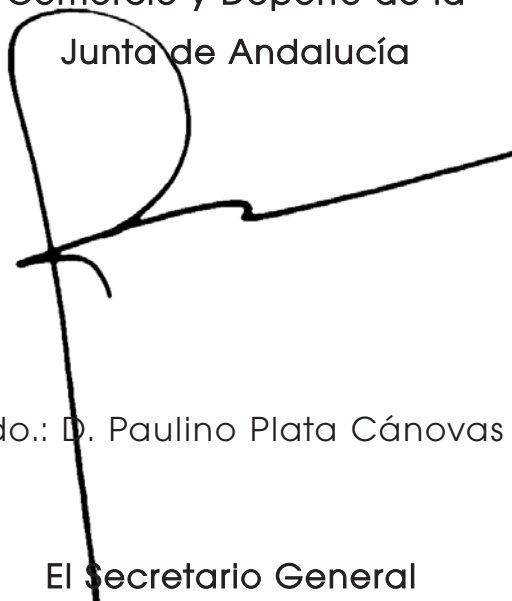
III Pacto Andaluz por el Turismo

Acuerdan

- **Primero.** Suscribir el presente Pacto Andaluz por el Turismo.
- **Segundo.** Encomendar el seguimiento y desarrollo a la Mesa del Turismo de Andalucía.

Y en prueba de conformidad, firman el presente III Pacto Andaluz por el Turismo, en la fecha y lugar indicados.

El Consejero de Turismo,
Comercio y Deporte de la
Junta de Andalucía



Fdo.: D. Paulino Plata Cánovas

El Presidente de la CEA



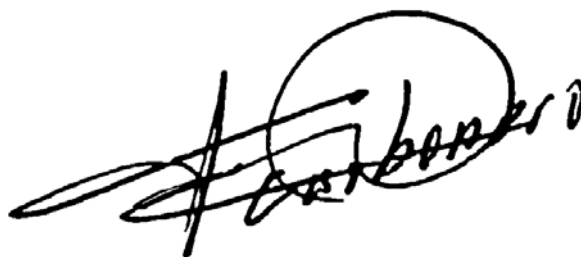
Fdo.: D. Santiago Herrero León

El Secretario General
de UGT Andalucía



Fdo.: D. Manuel Pastrana Casado

El Secretario General de
CC OO Andalucía



Fdo.: D. Francisco Carbonero Contador

Marco del III Pacto Andaluz por el Turismo



Marco del III Pacto Andaluz por el Turismo

Con fecha de 25 de enero del presente año el Gobierno andaluz, junto a CEA, UGT-A y CCOO-A, ha suscrito el VI Acuerdo de Concertación Social de Andalucía, planteando como objetivos finales a los que se debe contribuir con este acuerdo los siguientes:

- Conseguir que Andalucía se aproxime a las regiones prósperas de la Unión Europea, para acercarnos a la cota del 75% del PIB per cápita de la UE.
- Alcanzar los tres millones de personas ocupadas en Andalucía en el horizonte de la actual legislatura.

Siendo el turismo un sector clave para el desarrollo económico de Andalucía, tal y como muestra su aportación al PIB regional, tanto por la generación de empleo como por su incidencia positiva en la producción de bienes y servicios de otros sectores de la economía regional, los firmantes del presente Pacto se ratifican en la conveniencia y necesidad de una política concertada que implique a todos los representantes económicos y sociales, en el nuevo marco establecido por el anterior Acuerdo.

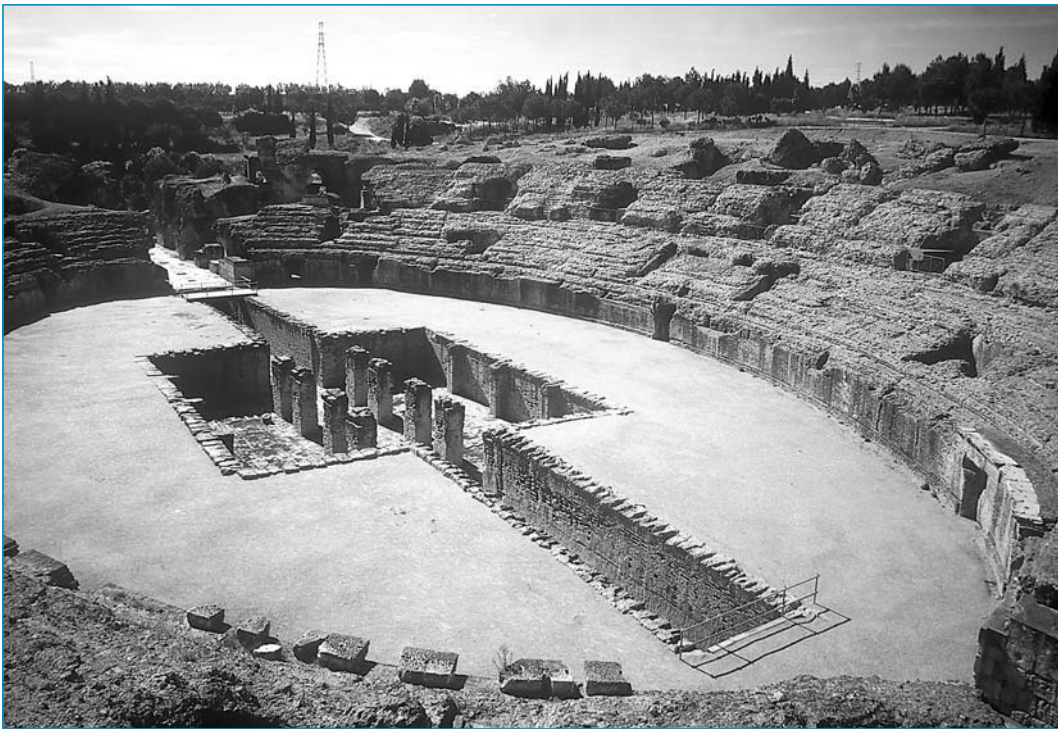
Este marco de concertación y participación es tradicional y se ha convertido en un valor esencial en la actual política turística andaluza, siendo sus hitos principales el Primer y Segundo Pacto Andaluz por el Turismo.

Tal y como se señala en el propio Acuerdo de concertación social en el que se enmarca el presente Pacto, Andalucía se encuentra en un escenario económico, social y laboral definido por las siguientes grandes tendencias:

- El proyecto constitucional europeo y la intensificación del proceso de integración europea, debido a la ampliación de la Unión Europea con diez nuevos Estados miembros desde el 1 de mayo de 2004.
- El impacto cada vez mayor de la globalización económica y el creciente desarrollo de las tecnologías de la información y la telecomunicación en las actividades productivas y, en general, en la sociedad.
- La consolidación del conocimiento como principal factor de producción de la nueva economía y de la innovación, como elemento básico de la competitividad.

En definitiva, el sector turístico andaluz tiene ante sí un futuro con retos y oportunidades que le obliga a adaptarse a las nuevas condiciones para seguir siendo clave y competitivo en el desarrollo económico de Andalucía.

Ámbito de Concertación



Primero. Modelo Turístico Sostenible

El nuevo escenario turístico del siglo XXI exige tener una visión estratégica que desarrolle políticas para consolidar una posición competitiva de Andalucía en un contexto de creciente competencia internacional.

Si las previsiones cuantitativas y las proyecciones estadísticas auguran el mantenimiento de un panorama expansivo y de continuo crecimiento para el sector turístico, las tendencias de naturaleza cualitativa indican la existencia de un escenario caracterizado por la intensidad y la celeridad de los cambios en todos los niveles y facetas de la actividad.

De forma paralela a la consolidación de las citadas tendencias cualitativas de la demanda, se observa la aparición y el desarrollo de nuevas tendencias en la oferta turística, la mayoría de las cuales responden claramente a la necesidad de dar respuesta a las nuevas señales y exigencias de la demanda.

Andalucía presenta una posición destacada en el panorama turístico actual, pero no es menos cierto que asistimos a la aparición de nuevos destinos que ganan terreno gracias a una competencia basada en precios más bajos, lo que nos obliga a desarrollar acciones y políticas que aumenten el valor añadido de nuestros productos y servicios sobre la base de la diversificación, la innovación y la calidad.

En la nueva etapa que ahora comienza, los firmantes del Pacto somos conscientes de la necesidad de concretar un modelo turístico sostenible, que apueste por maximizar los efectos económicos de un bien escaso como es el suelo, preservando el litoral, los recursos naturales y culturales sobre los que se asienta la viabilidad a largo plazo del desarrollo turístico, además de mantener elementos característicos de nuestra oferta vinculados al concepto de bienestar y seguridad europeos.

En este sentido, uno de los retos para caracterizar el modelo turístico andaluz de esta etapa ha de ser la sostenibilidad económica, ambiental y social, con una clara consideración de la capacidad de los distintos territorios.

En definitiva, se hace necesaria una modernización del modelo turístico andaluz desde el convencimiento de avanzar en aspectos cualitativos y favorecer una tendencia de calidad y de excelencia del sector turístico, que supere la idea de crecimiento como paradigma de buenos resultados en el número de visitantes.

III Pacto Andaluz por el Turismo

El avanzar hacia una posición de liderazgo y referencia en los mercados turísticos, exige, entre otras, la colaboración público – privada, además del necesario impulso de políticas que inauguren una nueva etapa coincidente con el inicio de esta legislatura, que tengan como epicentro de las mismas la mejora del destino con la creación de nuevos productos y el reposicionamiento de aquella parte de la oferta andaluza que, por su madurez, esté dando síntomas de ralentización o pérdida de competitividad turística.

Es necesario que la ordenación territorial y turística considere al suelo como un recurso escaso, además de definir y concretar el contenido del suelo de uso turístico, donde se favorezca el desenvolvimiento de actividades empresariales, con especial atención a los nuevos establecimientos hoteleros y equipamientos turísticos que generen mayor riqueza, empleo y, en definitiva, valor añadido bruto.

La concreción de este modelo debe estar informado por cuatro principios que consideramos estratégicos a la hora de garantizar la competitividad del destino: sostenibilidad, calidad, diferenciación y diversificación.

En esta concepción a largo plazo, el desarrollo sostenible del turismo implica que esta actividad se erija como una fuente permanente de generación de riqueza para Andalucía. Ello supone una gestión que tenga en cuenta la calidad de todos los atributos que participan en la definición del producto turístico, donde se deben incluir no sólo los aspectos de calidad ambiental, sino también de las infraestructuras y los servicios.

La identidad del producto mediante la potenciación de recursos endógenos del territorio y de la propia sociedad debe considerarse como un elemento constitutivo del desarrollo sostenible así entendido, por cuanto dota al destino de una mayor estabilidad ante la competencia de destinos emergentes.

Segundo. Integración y Reconocimiento Social del Turismo.

El carácter estratégico que tiene el turismo en la economía andaluza debe ser conocido y reconocido por la sociedad, y ello porque la sociedad es en sí misma un elemento que diferencia el producto, que en cierta forma determina la experiencia global que experimenta el turista.

Además deben potenciarse líneas de investigación y formación en materia de turismo que favorezcan dicho reconocimiento.

Tercero. Coordinación Interadministrativa.

El turismo, por su importancia y por su carácter horizontal, ha de impregnar la actuación administrativa de la Administración autonómica, estatal y local, para lo cual es necesario el establecimiento de cauces de comunicación y de flujo de información entre los distintos operadores públicos. En este sentido, hay que destacar la importante labor de coordinación que se está llevando a cabo desde distintos ámbitos del gobierno autonómico en materias como ordenación del territorio, medio ambiente y cultura.

Cuarto. Servicios Turísticos.

En el ámbito de los servicios turísticos consideramos elementos claves de competitividad:

- La necesaria y permanente formación de los recursos humanos a todos los niveles, y dirigida tanto a los trabajadores en activo como a los empresarios, así como la formación turística ocupacional.
- La consolidación de la estabilidad en el empleo turístico.
- Necesidad de incorporar en los distintos servicios unos requisitos mínimos que garanticen la calidad del servicio ofrecido, así como fomentar la implantación de sistemas de calidad reconocidos, en cooperación con los representantes legales de los trabajadores en la empresa.
- La tecnificación de los procesos y actividades vinculadas al turismo mediante el apoyo a la producción de nuevas tecnologías.
- La modernización y renovación del alojamiento turístico.

El compromiso de todos los firmantes es colaborar en garantizar el cumplimiento del ordenamiento jurídico en la prestación de los servicios turísticos.

Acuerdos



Primero. Sobre el destino.

- ✓ Desarrollo de estrategias y políticas turísticas que garanticen un modelo turístico sostenible desde el punto de vista social, ambiental y económico.
- ✓ Impulso de aquellos destinos emergentes desde el punto de vista turístico, que requieran una actuación que dinamice y desarrolle la zona.
- ✓ Impulsar procesos de planificación de recualificación que permitan, a través de inversiones público-privadas, la revalorización y reposición de aquellos destinos maduros que estén perdiendo competitividad turística.
- ✓ Potenciar y mejorar el equipamiento y saneamiento de nuestras playas, así como de la señalización turística.

Segundo. Sobre Productos.

- ✓ La planificación turística ha de tener como uno de los objetivos básicos la creación de nuevos productos, y ello en clara sintonía y participación con el sector privado y resto de Administraciones Públicas.
- ✓ Especial atención al turismo rural, de grandes ciudades y ciudades medias junto con el desarrollo de nuevos segmentos turísticos como elementos de diversificación que ayuden a romper la estacionalidad de la actividad turística.
- ✓ Favorecer la puesta en valor turístico de la diversidad de recursos naturales y culturales existentes en Andalucía, como apuesta para afianzar la diferenciación del producto turístico.
- ✓ Favorecer un marco de apoyo a la puesta en marcha de infraestructuras de ocio.

Tercero. Sobre el Fortalecimiento del Tejido Empresarial.

- ✓ Favorecer la expansión y concentración empresarial junto con el asociacionismo y los acuerdos entre empresas.
- ✓ Programar la proyección exterior o internacionalización de las empresas turísticas.
- ✓ Facilitar la presencia de las empresas andaluzas en los mercados internacionales, y especialmente en los grandes canales de intermediación, mediante apoyo institucional, de modo que se intensifique la presencia del tejido empresarial andaluz en dichos mercados.
- ✓ Establecer una línea de apoyo a la pequeña empresa fomentando la incorporación de jóvenes y mujeres.

Cuarto. Sobre el Empleo

✓ En línea con las recomendaciones del VI Acuerdo de Concertación Social de Andalucía de extender la preocupación por el empleo y su calidad a cada una de las Políticas Públicas Concertadas, este Pacto Turístico profundizará en ello, teniendo en cuenta la estacionalidad de este sector, a través de:

- Adoptar las medidas conforme al citado VI Acuerdo de Concertación Social de Andalucía dirigidas a consolidar la estabilidad del empleo, ajustando y, en su caso, reduciendo la temporalidad de acuerdo con las necesidades operativas del sector.

- Adoptar igualmente, medidas dirigidas a incrementar las condiciones de calidad en el trabajo, de conformidad con las medidas consensuadas en el seno del Consejo Andaluz de Relaciones Laborales, y a reducir la siniestrabilidad en las empresas del Sector Turístico.

Quinto. Sobre Formación, Calidad e Innovación

- ✓ Impulsar actuaciones en materia de formación turística que complemente, coordine y, en algún caso, diversifique la oferta actual, para cubrir las necesidades del sector, haciendo especial hincapié en la investigación y en la formación no reglada, tanto continua como ocupacional.
- ✓ Se atenderá específicamente a la mejora de la cualificación profesional de la población inmigrante, como garantía de crecimiento y competitividad del sector.
- ✓ Impulso a la sensibilización del sector turístico andaluz en torno al concepto de Calidad Total.
- ✓ Fomento de la Calidad Turística en Andalucía, entendida como la comprensiva de la totalidad de la experiencia turística vivida en el destino integrando, por tanto, la perspectiva del territorio, de los servicios turísticos y de los recursos.
- ✓ Introducir un sistema de I+D+I en turismo que permita, junto a la identificación de nuevas oportunidades y modelos de negocio, avances en los sistemas de gestión y comercialización, además de elementos relacionados con la inversión en activo fijo y en sus servicios de apoyo.
- ✓ Crear un marco que propicie la homogeneización de la información estadística, así como establecer un sistema de indicadores apropiado al nuevo modelo turístico no basado ya en el mero crecimiento cuantitativo.
- ✓ Desarrollo de la unidad de prospectiva como instrumento de apoyo a la toma de decisiones en las áreas de actuación turística.

Sexto. Sobre Marketing y Promoción Institucional.

- ✓ Impulsar una estrategia que permita estructurar la gestión de la promoción, acorde a las últimas técnicas de marketing turístico y hábitos de los consumidores finales, coordinada entre las diferentes administraciones públicas y de éstas con el sector privado, focalizada por segmentos de mercado y líneas de producto. Ello facilitaría, a su vez, elevar los recursos público-privados disponibles, optimizando y valorando su eficacia, minimizando solapes y comunicando imágenes de marca más claras, diferenciadas y cada día más personalizadas para el turista (inclusive el español), sin olvidar su integración con las estrategias on line en Internet.

III Pacto Andaluz por el Turismo

✓ Mejorar la información de la oferta turística andaluza al servicio del turista y del visitante, como elemento de promoción y comercialización.

Séptimo. Sobre Ordenación

- ✓ Evaluar la aplicación del cuerpo normativo existente.
- ✓ Abordar la regularización pendiente de determinados servicios turísticos.

Octavo. Sobre la Participación

- ✓ Configurar la Mesa del Turismo como foro de debate y negociación del sector, en la que los firmantes se comprometen a abordar los aspectos relacionados con el turismo, especialmente en las vertientes de ordenación, fomento, promoción, calidad y formación.
- ✓ Específicamente en materia de planificación, abordará la elaboración del futuro Plan General de Turismo, así como la de todos los planes turísticos territoriales y sectoriales.

Vigencia y Seguimiento

La vigencia temporal del III Pacto Andaluz por el Turismo se extiende a la presente legislatura.

El seguimiento y desarrollo se encomienda a la Mesa del Turismo.

La Mesa del Turismo estará constituida por:

- Seis representantes de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Seis representantes de la Confederación de Empresarios de Andalucía.

III Pacto Andaluz por el Turismo

- Tres representantes de Comisiones Obreras de Andalucía.
- Tres representantes de la Unión General de Trabajadores de Andalucía.

La Mesa del Turismo se reunirá mensualmente o a solicitud de cualquiera de la partes.



