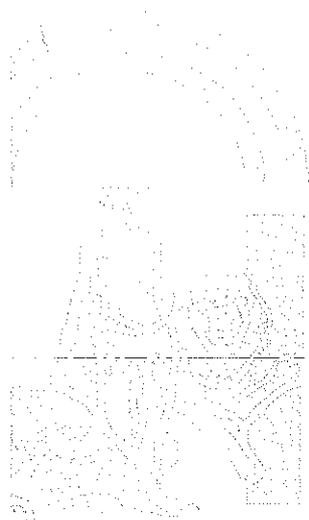


IV PACTO ANDALUZ POR EL TURISMO

**ACUERDO POR LA SOSTENIBILIDAD, EL EMPLEO, LA EXCELENCIA Y LA
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ**



En Sevilla, a 18 de febrero de 2013

REUNIDOS

De una parte, el Excmo. Sr. D. Rafael Rodríguez Bermúdez, Consejero de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, en representación legal que de la misma tiene atribuida.

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

Y 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 representación legal que de las mismas tienen atribuidas.

EXPONEN

Que la Consejería de Turismo y Comercio, la Confederación de Empresarios de Andalucía, 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 social, entendiendo todas las partes que suscriben el presente Pacto que el diálogo social es la mejor herramienta para el pleno desarrollo de un sector estratégico del sistema productivo andaluz y motor para la recuperación de la crisis socioeconómica.

ACUERDAN

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

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

El Consejero de Turismo y Comercio

Fdo.: D. Rafael Rodríguez Bermúdez

El Secretario General de UGT Andalucía
P.A.

Fdo.: D. Manuel Pastrana Casado

El Presidente de la CEA

Fdo.: D. Santiago Herrero León

El Secretario General de CCOO Andalucía

Fdo.: D. Francisco Carbonero Cantador

MARCO DEL IV PACTO ANDALUZ POR EL TURISMO

El Estatuto de Autonomía de Andalucía establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía. Es uno de los sectores que mayores repercusiones, en términos de renta y empleo, genera en Andalucía, y consecuentemente una de las principales palancas dinamizadoras de nuestro crecimiento y desarrollo socioeconómico.

Mantener la relevancia del Turismo en nuestra economía exige abordar numerosos retos presentes y futuros: profunda crisis económica, incremento de la presión fiscal, creciente competencia a nivel internacional, aplicación de las nuevas tecnologías y las redes sociales a las actividades productivas, turistas más autónomos y exigentes con experiencia a la hora de diseñar sus viajes, estacionalidad estructural, saturación estacional, sistema turístico de promoción turística, competencia desleal o déficit de infraestructuras en determinadas zonas, entre otros más.

La Consejería de Turismo y Comercio y los agentes económicos y sociales integrantes de la Mesa del Turismo, entendemos que la mejor manera de afrontar los retos que nos plantea este sector tan dinámico son la reflexión compartida, el diálogo y concertación y la codecisión en el análisis de los desafíos y en la toma de decisiones para la búsqueda de soluciones ante las debilidades y amenazas.

La Conferencia Estratégica de Turismo ha supuesto una muestra de la participación de todo el sector en la búsqueda de nuevas ideas para un modelo turístico de futuro, basado en la diversidad del territorio andaluz como uno de sus principales activos de competitividad, en la sostenibilidad integral, la innovación, la excelencia, la formación, la calidad y la estabilidad en el empleo.

El balance positivo de la Concertación Social practicada en legislaturas anteriores, tanto a nivel general como a nivel sectorial en el ámbito turístico, nos alientan a proseguir por este camino y, por tanto, acordar el IV Pacto Andaluz por el Turismo.

OBJETIVOS

- Consolidar el sector turístico como una de las actividades económicas estratégicas para el desarrollo sostenible de Andalucía y su recuperación socioeconómica.
- Contribuir a la desestacionalización en el ámbito turístico y favorecer con ello la optimización de las infraestructuras, servicios, instalaciones y establecimientos turísticos, la mejora de la percepción de la calidad turística y de los beneficios sociales y económicos de su actividad productiva y la descongestión de los destinos turísticos maduros.
- Impulsar la competitividad de las empresas turísticas, favorecer su internacionalización y el desarrollo del tejido asociativo empresarial.
- Incentivar y apoyar las inversiones de ámbito supramunicipal para mejorar la oferta productiva, la conectividad y complementariedad de los segmentos y de servicios turísticos en el territorio, a través de la estrategia básica que suponen las iniciativas de turismo sostenible.

- Impulsar el desarrollo profesional de los trabajadores y trabajadoras como elemento estratégico del desarrollo turístico de Andalucía y aunar esfuerzos para favorecer la creación y consolidación de 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 codecisión en el proceso de toma de decisiones sobre las 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.
- Erradicar la clandestinidad y la competencia desleal en la actividad turística.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1. **SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA INTEGRAL**

La base para el desarrollo sostenible de la actividad turística y de la propia Comunidad Autónoma, se encuentra en el entendimiento e implementación de la sostenibilidad en un sentido integral, teniendo en cuenta no sólo aspectos ambientales, económicos y sociales, sino otras dimensiones y procesos (culturales, institucionales, territoriales, tecnológicos, participativos, etc.), sin los cuales no se podría ser realmente sostenible.

No resulta posible, por tanto, abordar desafíos como la desestacionalización o profundizar en la calidad en los destinos, si no se efectúa desde la perspectiva de la sostenibilidad integral, aplicable a todos los procesos de planificación y gestión turística.

Por otro lado, es importante poner de relieve que un turismo ordenado favorece la sostenibilidad.

En esta coyuntura, se elaborará en el marco del presente pacto el nuevo **Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía** que, previa evaluación del anterior compatibilizará, entre otros, los siguientes retos:

Contribuir desde la perspectiva turística a la preservación de los recursos naturales y la no degradación del medio ambiente, apostando por el uso respetuoso de los espacios donde se desarrolla el turismo y defendiendo la solidaridad entre generaciones y pueblos y permitiendo que las generaciones venideras puedan continuar disfrutando de los recursos naturales.

- ✓ Potenciar la rentabilidad de las empresas del sector, apostando con fuerza por la innovación y mejora de su competitividad, asegurando la vitalidad de todo el conjunto de la actividad turística.
- ✓ Fomentar el reconocimiento social del turismo y la relación entre residentes y visitantes e integrar a la ciudadanía en la experiencia turística.
- ✓ Profundizar en la correcta y rigurosa difusión turística de los valores naturales, culturales, históricos y sociales de cada territorio.
- ✓ Prestar una especial atención a la calidad del paisaje de los entornos turísticos como un activo y un factor de imagen relevante para el desarrollo turístico de Andalucía.
- ✓ Favorecer un desarrollo turístico equilibrado territorialmente y desde la óptica de los diferentes segmentos en Andalucía.
- ✓ Contribuir a la mejora de nuestra oferta tradicional, en términos de calidad y competitividad.
- ✓ Promover el diálogo y la cooperación entre los diferentes niveles de gobernanza, así como entre el sector público y privado.
- ✓ Impulsar un proceso participativo, abierto y plural.
- ✓ Optimizar la innovación tecnológica y la transferencia de conocimientos.
- ✓ Favorecer la rehabilitación integral de destinos maduros del litoral, la mayor innovación y puesta en valor de la oferta de interior, así como incentivar a los destinos sostenibles emergentes.
- ✓ Impulsar el crecimiento diferencial de una oferta y demanda turística con mayor valor añadido.

ACUERDOS:

- Evaluar el Plan General de Turismo Sostenible 2008/2011.
- Elaborar el nuevo Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía.
- Elaborar el Plan Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía.
- Desarrollar jornadas y encuentros para fomentar el intercambio de experiencias y conocimientos.
- Contribuir al desarrollo de la Estrategia del Paisaje de Andalucía, atendiendo a su dimensión e intereses turísticos.
- Contribuir a la accesibilidad y a la movilidad sostenible en los destinos y zonas turísticas.
- Potenciar las actuaciones turísticas en las playas, incluidas sus instalaciones y equipamientos, como principal recurso turístico de Andalucía.
- Realizar el seguimiento de los diferentes instrumentos de planificación turística.

2. LUCHA CONTRA LA ESTACIONALIDAD

La estacionalidad representa una de las principales debilidades de la actividad turística, especialmente la pérdida de empleo directo e indirecto, además de otros problemas como la inactividad relativa de algunos destinos en temporada baja.

La lucha contra la estacionalidad debe ser uno de los grandes objetivos de este Pacto, por ello en el ámbito de éste se propone el desarrollo del **Plan Estratégico contra la Estacionalidad**, en el cual se pretende:

- ✓ Fomentar, impulsar y desarrollar modalidades y tipologías turísticas que contribuyan a la desestacionalización, mediante la diversificación y el crecimiento ordenado y equilibrado de la oferta turística andaluza.
- ✓ Incentivar programas en temporada baja (turismo para mayores, para jóvenes, etc.).
- ✓ Apoyar la creación de productos para temporada baja según segmentos.
- ✓ Promocionar y comercializar Andalucía también como un destino fuera de temporada, fomentando los viajes combinados en el conjunto del territorio andaluz.
- ✓ Mejorar las infraestructuras de comunicación y de servicios, la conectividad aérea, marítima y ferroviaria de Andalucía y la cooperación con operadores turísticos.

ACUERDOS:

- Elaborar el Plan Estratégico contra la Estacionalidad.
- Elaborar el Plan Director de Ferias, Congresos, Reuniones e Incentivos.

3. REFUERZO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA ANDALUCIA

Este Pacto plantea la elaboración del nuevo **Plan de Marketing 2013-2016**, que busca renovar la imagen y potenciar la marca Andalucía como un referente de turismo de calidad, haciendo más atractiva nuestra oferta frente al mercado nacional, reforzando nuestra posición en los principales mercados emisores y captando mayores cuotas en los mercados emergentes.

Nuestra Comunidad Autónoma, sin desatender los flujos turísticos que tradicionalmente han sido la base de la demanda turística, debe posicionarse como un destino con una gran diversidad de oferta (no sólo litoral) orientado a un turismo cualificado y con capacidad de gasto para que este aumente la estancia media. En este sentido, cobra una especial relevancia nuestra capacidad de generar productos anclados en la calidad experiencial, es decir, en una oferta de servicios que revalorice los atributos intangibles y emocionales. Todo ello, en consonancia con las líneas estratégicas de los planes de acción anuales.

Este esfuerzo en promoción debe tener un retorno medible y unos criterios objetivos que definan la selección de acciones que se desarrollen con fondos y recursos públicos.

También es un objetivo favorecer un desarrollo turístico equilibrado tanto desde el punto de vista de los segmentos como desde la óptica territorial.

El nuevo plan Director de Marketing Turístico tiene como ejes conductores de sus actuaciones, los siguientes:

- Impulsar la eficiencia y mayor retorno de la acción promocional.
- Potenciar la participación y coordinación de los entes zonales de promoción en la promoción turística.
- Favorecer un proceso de racionalización del sistema de promoción turística actual que evite duplicidades y que impulse la integración y concentración de entes e instituciones de promoción turística.

Asimismo, se opta por seguir impulsando rutas turísticas sobre la base de productos que estimulen nuevas experiencias en el consumidor, paralelamente con las siguientes acciones:

- ✓ Potenciar destinos y microsegmentos emergentes con potencialidades y recursos con posibilidades para una explotación turística sostenible.
- ✓ Adecuar la política de promoción a los objetivos de la política turística, especializando la misma con una mayor segmentación por mercados, cualificando la presencia en Ferias y Eventos y potenciando la realización de acciones de promoción inversa.
- ✓ Favorecer la colaboración con empresas, clubes de producto, u otras administraciones, para la realización de campañas promocionales determinadas que posibilite la intervención económica de las partes intervinientes.

Por último, en el Plan de Marketing debe incluirse como un objetivo especial la desestacionalización.

ACUERDOS:

- Evaluar el Plan Director de Marketing 2009/2012.
- Elaborar el nuevo Plan de Marketing 2013-2016.
- Diseñar, con la intervención de los agentes económicos y sociales, Planes de Acción en coordinación con los Patronatos Provinciales y/o entidades privadas para la promoción de la Marca Andalucía.
- Promocionar en origen la Marca Andalucía para la mejora de la conexiones aéreas, con especial atención a las directas y puesta en valor de todos los aeropuertos de Andalucía.
- Potenciar la difusión y el uso de la Marca Andalucía por la Administración andaluza, fuera de nuestra Comunidad.

4. APOYO A LAS EMPRESAS Y AL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO

Para promover y consolidar el desarrollo económico y la competitividad de Andalucía, se ha de estimular y aprovechar plenamente el potencial del talento y del emprendimiento de nuestra región.

Asimismo, la competitividad empresarial basada en la calidad de los servicios, será clave en el proceso, que tiene como objetivo global y fundamental el incremento de la riqueza y el empleo.

ACUERDOS:

- Apostar por fórmulas que posibiliten, mediante acuerdos con el Gobierno Central y entidades financieras, la creación de líneas de crédito blandos y microcréditos para facilitar la financiación de las empresas turísticas, el emprendimiento entre emprendedores y jóvenes empresarios y empresarias en turismo y para proyectos orientados a la modernización de la oferta existente.
- Realizar programas de emprendedores innovadores turísticos, centrandó la atención en jóvenes empresarios y empresarias y en la creación de redes de cooperación, dentro del proyecto de apoyo al emprendimiento e inserción laboral en el nuevo marco operativo 2014/2020.
- Favorecer la creación de Clubes de Producto y apoyo a segmentos emergentes.
- Intensificar y agilizar la gestión de las ayudas de los fondos reembolsables, para financiar el tejido turístico productivo andaluz.

5. ESTABILIDAD Y CALIDAD EN EL EMPLEO

La competitividad del destino Andalucía debe basarse, entre otros aspectos, en la excelencia, la innovación, la formación o la sostenibilidad, no en el deterioro de la calidad, en la reducción de los precios, ni en la pérdida de la capacidad económica de las personas trabajadoras, apostando por la promoción de la estabilidad y la calidad en el empleo.

Un trabajador y una trabajadora formados, motivados, con empleo estable y de calidad, constituyen la mejor apuesta para ofrecer un óptimo servicio a las personas que nos visitan, contribuyendo a alcanzar la excelencia turística, a incrementar la fidelización y la satisfacción de nuestros turistas y a afianzar la diferenciación de nuestra oferta, configurándose además como la mejor herramienta para la promoción del destino turístico andaluz.

ACUERDOS:

- Favorecer la estabilidad en el empleo buscando marcos flexibles que permitan atenuar las fluctuaciones estacionales de la actividad, en el marco de la legislación laboral.
- Incentivar en las actuaciones de la Consejería a aquellas empresas que dispongan de planes de igualdad o de conciliación implantados, ya sea porque tengan la obligación legal de tenerlos

o porque voluntariamente los hayan implantado, y cualquier otra medida que favorezca la calidad y la estabilidad en el empleo.

- Desarrollar un modelo de formación sectorial especializado que, entre otras, integre actuaciones orientadas a jóvenes, emprendedores/as, personal afectado por la estacionalidad, personal de animación, personal dedicado a la atención de personas con necesidades especiales, y aquellas otras que faciliten la movilidad laboral, la especialización, la diversificación y la aplicación de la innovación, así como la potenciación de los idiomas más demandados.
- Investigar nuevos perfiles profesionales, necesidades de formación y yacimientos de empleo asociados a la gestión turística (de espacios naturales, de productos culturales, del patrimonio, etc).
- Impulsar la incorporación de trabajadores y trabajadoras en posesión de certificados acreditativos de profesionalidad, a través de convenios con empresas y empresarios/as andaluzas.
- Prestar asesoramiento en supuestos de propuestas de figuras sociales de gestión de establecimientos y servicios turísticos.
- Incorporar en el seguimiento los planes de formación de agentes económicos y sociales.
- La creación de Planes de Formación Sectorial específicos, diseñados según necesidades formativas (especialmente idiomáticas) a desarrollar en periodos de menor actividad, en los propios centros de trabajo.

6. ANDALUCIA: DESTINO TURÍSTICO DE EXCELENCIA

A partir de una estrategia de turismo sostenible que vertebre la política turística de Andalucía, es necesario caminar hacia la búsqueda permanente de la excelencia como sello distintivo del turismo en Andalucía. Una apuesta decidida por un turismo de calidad parte de la premisa de un entorno de calidad, pero no se puede alcanzar sin el desarrollo de un plan integral de calidad turística (**III Plan de Calidad Turística de Andalucía**) en el que se perfilen estrategias y sinergias para:

- ✓ El conocimiento del turista como base para el diseño de productos y para la toma de decisiones (Calidad orientada a la persona usuaria de servicios turísticos).
- ✓ Complementariedad e integración entre segmentos como base para una oferta turística variada.
- ✓ La formación y desarrollo profesional de los trabajadores y trabajadoras, así como la calidad en el empleo, como eje central para una atención turística óptima.
- ✓ La apuesta decidida por la innovación en todos los ámbitos (identificación y desarrollo de nuevos segmentos, productos, herramientas de marketing, etc.), entendiendo la innovación como un proceso continuo de creación de valor para el o la turista y de mejora de los productos y experiencias que se le oferten.
- ✓ Dinamización de los destinos emergentes.

- ✓ La accesibilidad física como premisa para la universalidad del turismo.

ACUERDOS:

- Evaluar del Plan de Calidad Turística de Andalucía 2010/2012.
- Elaborar el III Plan de Calidad Turística de Andalucía.
- Elaborar actuaciones para la sostenibilidad y promoción del litoral.
- Favorecer la homogeneidad en la señalización turística.
- Potenciar y cualificar la actividad inspectora, especialmente en su lucha contra la competencia desleal y la economía sumergida, por medio de los Planes anuales de Inspección Programada, que se elaborarán con la participación de los agentes económicos y sociales.
- Racionalizar, cualificar y mejorar la competitividad de la oferta turística pública de Andalucía.

7. INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Andalucía es una potencia turística y la industria turística es vital para nuestra economía, el sector turístico tiene un efecto multiplicador sobre otros sectores y apoyar la innovación en el sector es apoyar el desarrollo de muchas actividades de elevado valor añadido. La potencia de nuestra marca, el atractivo de nuestra tierra, la capacidad para satisfacer todos los tipos de turismo y nuestra reconocida hospitalidad son factores que juegan claramente a nuestro favor. Sin embargo, además es necesario adaptarse a las demandas de las y los nuevos turistas y aumentar la competitividad individual y colectiva de nuestras empresas.

Estamos ante una persona usuaria de servicios turísticos más madura y versátil que se traduce en un turista más informado, dispuesto a probar nuevos destinos, especialmente sensible al precio y con una procedencia mas variada, un visitante escaso de tiempo y exigente que sabe bien lo que quiere: vivir experiencias únicas y personales, conocer el punto de vista de otros viajeros, moverse con autonomía y tranquilidad, relacionarse con otros visitantes y con los residentes, compartir su experiencia con sus familiares y amigos antes, durante y después del viaje y disponer de los medios para conseguirlo.

Las empresas turísticas necesitan acceso a información relevante, conocer y saber cómo utilizar las nuevas herramientas que tiene a su disposición y que le pueden ayudar a mejorar su comercialización y a optimizar su gestión, así como acompañamiento para maximizar su tiempo y reducir el riesgo y esta adaptación requiere inevitablemente de innovación.

ACUERDOS:

- Impulsar la actividad de **Andalucía Lab, Centro de Innovación Turística de Andalucía**, como herramienta fundamental para:

- ✓ Implantar nuevas tecnologías en las pymes y destinos turísticos en colaboración con el sector TIC andaluz.
 - ✓ Desarrollar destinos inteligentes, así como para garantizar la sostenibilidad tecnológica de dichos instrumentos.
 - ✓ Dar asistencia y asesoramiento a emprendedores/as.
 - ✓ Formar a las pymes turísticas y transferir conocimiento al sector.
 - ✓ Favorecer la investigación turística y el intercambio de conocimiento.
 - ✓ Involucrar al empresariado y a sus trabajadores y trabajadoras turísticos en la formulación de las políticas de innovación, en colaboración con los actores turísticos y los entes e instituciones universitarias.
 - ✓ Facilitar a las pymes las herramientas necesarias para dar respuesta a sus necesidades, ayudar al empresariado a adquirir el conocimiento necesario para que sus negocios puedan ser más competitivos, más sostenibles, más rentables, convirtiéndose en prescriptores y agentes activos de la innovación.
 - ✓ Buscar fórmulas de colaboración con los Entes, Instituciones, Asociaciones, Centros Universitarios y Escuelas de Turismo y Hostelería, para conectar la investigación con las necesidades de innovación del sector y compartir conocimiento.
- Impulsar la adaptación de la promoción turística a las nuevas tecnologías en:
 - ✓ La participación de las empresas y profesionales en la Comunidad Turística de Andalucía.
 - ✓ La promoción on line en los planes de promoción y marketing.
 - ✓ Las redes sociales.

8. DESARROLLO REGLAMENTARIO DE LA LEY DEL TURISMO DE ANDALUCÍA

Uno de los aspectos fundamentales a abordar en el marco del consenso y la mutua colaboración es el desarrollo reglamentario de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía.

ACUERDOS:

- Abordar en la presente legislatura la elaboración y aprobación de las siguientes disposiciones:
 - ✓ Modificación de los Decretos reguladores de la organización y funcionamiento del Registro de Turismo de Andalucía, del Turismo en el medio rural y turismo activo, oficinas de turismo y Red de Oficinas de Turismo, agencias de viajes, declaraciones de interés turístico, campamentos de turismo.
 - ✓ Adaptación del Decreto de establecimientos hoteleros a las necesidades del sector, (albergues turísticos urbanos, habitaciones múltiples, entre otros) que vertebrarán un turismo de calidad y una eficiente prestación de servicios al turista.
 - ✓ Modificación del Decreto de Apartamentos turísticos.
 - ✓ Modificación del Decreto regulador del Consejo Andaluz del Turismo.

- ✓ Adaptación del Decreto de regulación de la habilitación de guías turísticos y adecuación a la directiva europea.
- ✓ Decreto sobre la Unidad para la Asistencia al Turista en el marco de la Red de Oficinas de Turismo.
- ✓ Adaptación del Decreto de Municipio Turístico.
- ✓ Marcos Estratégicos para la Ordenación de los Recursos y las Actividades Turísticas.
- ✓ Programas de Recualificación de Destinos.
- ✓ Cualquier otra modificación o regulación que se considere necesaria.

- Se realizarán estudios orientados a:

- ✓ Posible modificación de la normativa, de forma armonizada, para la adopción del sistema de puntos de cara a una clasificación hotelera basada en la calidad, claridad y bienestar del turista.
- ✓ Análisis comparado del sector de la restauración para su posible regulación.

9. COOPERACIÓN PÚBLICO-PÚBLICO Y PÚBLICO-PRIVADA

En la coyuntura económica actual es necesario optimizar las inversiones realizadas. Por lo que, partiendo de un balance del impacto generado en la actividad turística por la inversión pública, especialmente en materia de promoción, es necesario definir una política cooperativa y donde se compartan esfuerzos, por un lado, entre las diferentes administraciones públicas y, por otro, contando con la participación del sector privado en la financiación de las acciones de promoción.

También se ha de promover la generación de espacios de diálogo, como consorcios público-privados, con capacidad para tomar decisiones en el ámbito de la planificación y de la gestión de un destino.

Por otra parte, en favor del desarrollo turístico de Andalucía, han de aprovecharse todas las oportunidades de captación del apoyo financiero de la Unión Europea para nuestras iniciativas.

ACUERDOS:

- Impulsar estrategias de colaboración con las distintas áreas sectoriales de la Administración local, autonómica o estatal, con incidencia directa o indirecta en el ámbito turístico, generando sinergias y mutua colaboración (en materia gestión integral del litoral, accesibilidad, mejora de entornos turísticos, movilidad sostenible, atención a las personas consumidoras o ámbito cultural, entre otros).
- Incorporar la internacionalización de la empresa turística en el Plan de Internacionalización de la Economía Andaluza, así como en uno de sus principales instrumentos como es EXTENDA.
- Buscar fórmulas para que los centros universitarios de investigación respondan a las necesidades de innovación del sector turístico y su entorno.

- Establecer una colaboración bilateral público-privada con el fin de obtener la información estadística necesaria para avanzar en la investigación y el análisis en todos los segmentos.
- Crear un Consejo Asesor en el ámbito de la promoción turística, con facultades de codecisión.

10. REFORZAR EL PAPEL DE ANDALUCÍA EN LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Reivindicar el peso y la importancia de la actividad turística de nuestra Comunidad Autónoma en el conjunto del Estado e instituciones turísticas impulsando:

ACUERDOS:

- La defensa y el fomento de los intereses turísticos de Andalucía frente a las políticas y actuaciones que sean lesivos para el turismo andaluz y ante las Administraciones, entidades, órganos y sociedad, así como la mejora del marco de competitividad turística a nivel nacional o internacional.
- La colaboración y coordinación con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y otras instancias o entidades, para aunar esfuerzos en promoción, calidad, recualificación de destinos maduros y el reforzamiento de los emergentes, así como contribuir a la desestacionalización, en su sentido más amplio.
- La defensa de Tourespaña como un instrumento para la promoción turística equilibrada del territorio español y para el interés general del turismo de Andalucía, reivindicando nuestra adecuada representación en sus diferentes órganos decisorios o de consulta.

11. CONSOLIDAR EL CONSENSO Y LA PARTICIPACIÓN

Dentro del marco del consenso y la participación, en el seno de la Mesa del Turismo de Andalucía.

ACUERDOS:

- Afianzar la Mesa del Turismo como lugar de encuentro, diálogo, negociación y consenso.
- Realizar el seguimiento, evaluación e impulso de los acuerdos alcanzados en este ámbito por todas las partes.
- La Mesa del Turismo estudiará la posibilidad de ampliar el consenso regional en materia turística a otros ámbitos territoriales de la región, cuando razones de oportunidad o interés turístico lo aconsejen.

COMPOSICIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MESA DEL TURISMO

- La Mesa se reunirá, para el desarrollo de sus funciones, con periodicidad bimensual o a solicitud de cualquiera de las partes.
- La Mesa del Turismo estará constituida por:
 - Seis representantes de la Consejería de Turismo y Comercio.
 - Seis representantes de la Confederación de Empresarios de Andalucía.
 - Tres representantes de Comisiones Obreras de Andalucía.
 - Tres representantes de la Unión General de Trabajadores de Andalucía.

VIGENCIA DEL PACTO

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

No obstante lo anterior, llegado su vencimiento y al objeto de continuar en la consecución de los logros obtenidos y conseguir su plena aplicación y desarrollo, las partes firmantes del Pacto podrán acordar la prórroga del mismo.

De no producirse el citado acuerdo, se considerará automáticamente extinguido.

