

ESTRATEGIA LOCAL PARA UN TURISMO SOSTENIBLE ANDALUZ

CONSIDERANDO:

Que la Organización Mundial del Turismo (OMT), define el **Turismo sostenible** como *"un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen"*.

Que las directrices marcadas por la Unión Europea a través de la **Agenda Europea para un Turismo Sostenible y Competitivo**¹, recogen los siguientes **principios** para lograr un turismo competitivo y sostenible:

1. **Adoptar un enfoque global e integrado** – Las diferentes repercusiones del turismo deberían tenerse en cuenta en su desarrollo y planificación. Además, el turismo debería estar bien equilibrado e integrado con una gama completa de actividades que afecten a la sociedad y al medio ambiente.
2. **Planificar a largo plazo** – El desarrollo sostenible significa tomar en consideración las necesidades de las nuevas generaciones tanto como las de la nuestra. La planificación a largo plazo requiere el respaldo de las acciones a través del tiempo.
3. **Lograr un ritmo de desarrollo adecuado** – El nivel, el ritmo y la forma del desarrollo debería reflejar y respetar el carácter, los recursos y las necesidades de las comunidades y los destinos turísticos de acogida.
4. **Involucrar a todas las partes interesadas** – Un enfoque sostenible requiere la amplia y comprometida participación, tanto en el proceso de toma de decisiones como en la aplicación práctica, de todas las partes implicadas en los resultados.
5. **Utilizar los mejores conocimientos disponibles** – Las iniciativas y las acciones deberían basarse en los mejores y más recientes conocimientos disponibles. La información sobre las tendencias y el impacto del turismo, sobre habilidades y experiencia, debería compartirse en todo el territorio europeo.
6. **Minimizar y gestionar los riesgos** (principio de cautela) – En caso de incertidumbre sobre los resultados, deberían llevarse a cabo una evaluación completa y una acción preventiva para evitar causar daños al medio ambiente o a la sociedad.
7. **Reflejar el impacto en los costes** (quien utiliza y contamina paga) – Los precios deberían reflejar los costes reales para la sociedad derivados de las actividades de consumo y producción. Ésto tiene implicaciones no sólo por lo que se refiere a la contaminación, sino también en relación con las cargas impuestas al uso de instalaciones con unos costes de gestión significativos.

¹ COM (2007) 621 Final

8. **En caso necesario, establecer límites y respetarlos** – Debería reconocerse la capacidad de acogida de determinados enclaves individuales y zonas más amplias, para que, en caso necesario, haya disposición y posibilidades de limitar el desarrollo turístico y el volumen de los flujos de turistas.
9. **Llevar a cabo un seguimiento continuo** – La sostenibilidad se logra a partir de la comprensión de las repercusiones y de una vigilancia constante de las mismas, a fin de poder introducir las modificaciones y mejoras necesarias.

RECONOCIENDO:

Que el turismo es un elemento económico estratégico de Andalucía, tal y como recoge el Estatuto de Autonomía de Andalucía en su artículo 37, y que la competitividad y sostenibilidad del sistema turístico andaluz se enfrenta, según señalan el **Plan General del Turismo Sostenible de la Junta de Andalucía** y la **Estrategia Turismo 2020** del Gobierno de España, a retos de gran trascendencia como son:

- El diseño de un **nuevo modelo** basado en la **diferenciación** y la singularidad de los valores y atributos de la **identidad** territorial andaluza con el objeto de mejorar su posicionamiento en los mercados internacionales.
- Avanzar en la asunción de fuertes **compromisos de sostenibilidad**, revalorizando los recursos que fomenten un equilibrio socio-territorial del turismo, con especial atención a aspectos como son la planificación del suelo, la preservación del litoral y la gestión de los recursos naturales y culturales.
- Promover la **innovación de productos turísticos** y su desarrollo como, por ejemplo, los bienes experienciales.
- Impulsar una cultura del detalle, la **calidad total** y el servicio personalizado al cliente.
- Profundizar en el terreno de la **gestión del conocimiento**, impulsando la capacitación a través de la formación, la investigación y la atracción de talento.

PONIENDO DE RELIEVE:

Que los **municipios** somos buenos conocedores de los riesgos y potencialidades de la actividad del sector, dada nuestra doble condición de escenario de la experiencia turística y de punto de encuentro de los numerosos **actores implicados** en la misma. Por este motivo, planteamos la necesidad de involucrarnos como Autoridades Locales en la puesta en práctica de una estrategia de sostenibilidad turística, tanto por las competencias que ostentamos en la materia, como por el hecho de que la actividad turística tiene lugar en el ámbito local y es aquí donde los turistas contextualizan sus actividades de ocio, esparcimiento o negocio.

Que los municipios andaluces hemos realizado un notable esfuerzo de capacitación y aprendizaje en materia de planificación, gestión y **promoción del desarrollo sostenible** a través de la puesta en marcha de la Red Andaluza de Ciudades Sostenibles (RECSA), la implementación de Programas de Agenda 21 Local, y recientemente, la adhesión al Pacto de los Alcaldes.

Que dada la división de responsabilidades, competencias y recursos en materia de turismo y sostenibilidad, entre los diferentes niveles territoriales de la Administración pública (local, provincial, regional, estatal), la **coordinación institucional** y la convergencia de las políticas públicas resulta imprescindible para optimizar la eficacia y eficiencia de las actuaciones de los municipios.

NOSOTROS LOS ALCALDES NOS COMPROMETEMOS A:

1. **Liderar** el cambio hacia un modelo de turismo sostenible, asumiendo un compromiso público pleno con este proceso.
2. Incorporar los **principios de sostenibilidad turística** definidos por la Agenda Europea para un Turismo Sostenible y Competitivo en las políticas municipales, en general, y turísticas en particular.
3. Impulsar políticas públicas locales acordes con los principios de una buena **gobernanza**, anticipando las problemáticas y consensuando soluciones entre los actores implicados.
4. Poner en marcha **procesos integrales de planificación turística**, con el doble objetivo de anticipar las problemáticas emergentes y solucionar los conflictos estructurales. Orientada por una perspectiva a largo plazo, esta planificación se basará en los principios de corresponsabilidad público-privada y de participación social, dos elementos imprescindibles a la hora de integrar y desarrollar una visión estratégica de los recursos turísticos locales y garantizar su posicionamiento efectivo en el mercado.
5. Poner en valor las **Agendas 21 Locales** como marco de trabajo, aprovechando tanto la información generada por estos procesos (diagnósticos socio-ambientales, planes de acción local, sistemas de indicadores...) como las diversas estructuras de gestión desarrolladas por las mismas (foros de participación ciudadana, observatorios de sostenibilidad, comisiones técnicas municipales inter-departamentales, redes provinciales y regionales de municipios sostenibles...)
6. Impulsar la **innovación en metodologías y criterios** de planificación, gestión y promoción de los destinos turísticos, considerando diversas fases estratégicas como las siguientes.
 - a. Diseñar y consensuar una **visión estratégica** del modelo municipal de turismo que se desea alcanzar. Desde la orientación al mercado, esta imagen de futuro considerará el desarrollo territorial, la calidad del entorno, la calidad y profesionalidad de los servicios turísticos y el bienestar social.
 - b. Apostar por una **competitividad** basada en la **calidad total**, donde el criterio de excelencia tenga una consideración integral (calidad en la gestión y servicios, calidad del entorno, calidad de la información, de accesibilidad, de acogida y hospitalidad...)
 - c. Considerar la **diferenciación** y la **diversificación** como estrategias de competitividad, poniendo en valor la originalidad del territorio y la **identidad local** como recursos para el desarrollo.
 - d. Elaborar un **Diagnóstico Turístico Municipal** que, partiendo de la perspectiva integral anterior, identifique y analice los principales conflictos económicos y socio-ambientales del sector y sus causas profundas, generando la información necesaria para la adaptación de los destinos turísticos a los nuevos requerimientos de la demanda.

- e. Diseñar un **Plan de Acción Turístico** que incluya soluciones técnicamente factibles a las problemáticas identificadas por el Diagnóstico. La **Capacidad de Acogida**, será uno de los criterios por excelencia de la planificación sostenible, persiguiéndose una combinación entre niveles elevados de satisfacción de los usuarios y la moderación de la presión sobre el entorno socio-ambiental.
 - f. Aprobar en **Pleno municipal** el Plan de Acción Turístico y dotarlo presupuestariamente con el objeto de hacerlo creíble y factible.
 - g. Poner en marcha **sistemas de evaluación** de la competitividad y sostenibilidad del modelo de turismo local, que permitan obtener información de forma permanente sobre los resultados alcanzados por la estrategia, tales como Sistemas de Indicadores de Sostenibilidad Turística u Observatorios Turísticos.
 - h. Establecer **mecanismos de participación** ciudadana, en general, y de los actores implicados en particular en las diferentes fases del proceso estratégico. Dado que la **calidad de vida local** supone un objetivo clave de nuestra actuación, la promoción de alianzas con los agentes sociales resulta imprescindible para que los vecinos sean tanto motores de cambio como beneficiarios del desarrollo.
7. Atender de manera prioritaria a **cuestiones** decisivas, y en particular:
- a. La **financiación** del proceso: impulsando para ello estrategias de captación de fondos, tanto públicos y privados.
 - b. El establecimiento de **marcos normativos** adecuados e innovadores.
 - c. La organización de **estructuras de gestión operativas y eficientes** para la ejecución del proceso, impulsando una cultura de gestión orientada por la asignación por objetivos y el equilibrio entre la calidad, el tiempo y el coste de la acción.
 - d. La puesta en marcha de **estrategias de marketing y comunicación social** orientadas a la concienciación e implicación de la población.
 - e. El **valor de la formación** de los recursos humanos en este tipo de estrategias innovadoras, especialmente en relación con la capacitación de los cuadros técnicos y políticos municipales.
 - f. La necesidad de **coordinación entre áreas municipales** diversas. Dada la diversidad de áreas implicadas en el proceso (Urbanismo, Promoción económica, Cultura, Turismo, Medio ambiente), se impulsará la cooperación y coordinación entre las mismas a través de equipos inter-departamentales y de proyectos de naturaleza transversal.
 - g. La necesidad de **cooperación con otros municipios** y la participación en **redes territoriales**. La interacción en red con otros municipios y niveles distintos de la Administración pública constituye uno de las principales vías de **innovación** en prácticas y metodologías. La coordinación territorial supone un requisito imprescindible para una

actuación coherente, eficiente y de calidad desde el ámbito local, minimizando solapamientos de esfuerzos.

- h. La adopción de **mecanismos de certificación**, que doten de credibilidad al proceso al tiempo que permitan actuaciones de comunicación, evaluación y validación de la estrategia.

NOSOTROS LOS ALCALDES SOLICITAMOS:

1. La **plena coordinación institucional** entre las actuaciones de los diferentes niveles territoriales de la Administración pública (local, provincial, regional y central), con el objeto de incrementar la **eficacia y eficiencia** de las políticas públicas turísticas.
2. El **reconocimiento** de la importancia de la acción local y el **apoyo** por parte del resto de Administraciones públicas a través de la puesta en marcha de Campañas de promoción del turismo sostenible y el diseño de Estrategias Marco de actuación (a nivel provincial, autonómico y estatal) que respalden las iniciativas locales y cubran las carencias municipales en materia de recursos técnicos, humanos y financieros.
3. El establecimiento de **mecanismos de financiación** por parte de las Administraciones públicas supra-municipales, con el objeto de financiar las distintas fases del proceso hacia un modelo de turismo más sostenible.

NOSOTROS, LOS ALCALDES, ANIMAMOS A OTROS GOBIERNOS LOCALES Y REGIONALES A UNIRSE A LA INICIATIVA DEL PACTO ANDALUZ POR UN TURISMO LOCAL SOSTENIBLE, ASÍ COMO A OTRAS PARTES INTERESADAS RELEVANTES A FORMALIZAR SU CONTRIBUCIÓN AL MISMO.