

# LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN CLAVE DE EXCELENCIA: CALIDAD Y MARKETING TURÍSTICO

## II PLAN DE CALIDAD TURÍSTICA DE ANDALUCÍA EN CLAVE LOCAL

Andalucía

7 de Julio de 2011

# II PLAN DE CALIDAD TURÍSTICA DE ANDALUCÍA (PCTA 1012) ANTE EL RETO DE LA ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

- 1. ANTECEDENTES**
- 2. NOVEDADES PCTA1012**
- 3. OBJETIVOS PCTA 1012**
  - **LOS NÚMEROS DEL PLAN**
- 4. EJES Y PROGRAMAS DE ACCIÓN**

# II PLAN DE CALIDAD TURÍSTICA DE ANDALUCÍA (PCTA 1012) ANTE EL RETO DE LA ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

- 1. EVOLUCIÓN DEL PCTA1012**
- 2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA**
- 3. LA TRANSVERSALIDAD y ACCESIBILIDAD**
- 4. ACTUACIONES FUTURAS DEL PLAN EN ACCESIBILIDAD**
- 5. REPERCUSIÓN EN LAS ENTIDADES LOCALES**

# 01. Antecedentes

El **Plan de Calidad Turística de Andalucía 2006-2008 (PCTA0608)** reflejó el gran reto asumido por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte para **impulsar, apoyar y promover la calidad** en el sector turístico.

El proyecto fue un buen **modelo** de trabajo para **impulsar la competitividad** de la actividad turística en **Andalucía** mediante la **inclusión de estándares de calidad** en la prestación de servicios.

## 02. II Plan de Calidad Turística de Andalucía

### PCTA1012

El **II Plan de Calidad Turística de Andalucía 2010-2012 (PCTA1012)** avanza un paso más en la consolidación del liderazgo del sector turístico andaluz.

Emprendiendo una nueva estrategia basada en la calidad, impulsando un **nuevo modelo turístico** que se adelanta a la nueva realidad, iniciando así, un cambio que nos permite avanzar y consolidar la posición de liderazgo actual de Andalucía.

## **02. PCTA1012 NOVEDADES**

- ✓ **CONOCER LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES**
- ✓ **SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL VENTAJA COMPETITIVA**
- ✓ **REDEFINIR EL PRODUCTO TURISTICO ANDALUZ**
- ✓ **APUESTA POR LA CALIDAD INTEGRAL EN DESTINOS (SICTED)**
- ✓ **COORDINACIÓN PARTICIPACION CONSENSO J.A Y RESTO ADMONES**
- ✓ **FORMACIÓN TRIPLE: RESPONSABLE PUBLICOS**  
**EMPRESARIADO**  
**TRABAJADORES/AS**
- ✓ **ACCESIBILIDAD COMO SINÓNIMO DE CALIDAD**

## 03. Objetivos PCTA 1012



## 03. Objetivos PCTA 1012

### Objetivos instrumentales

1. **Conocer la evolución y tendencias.**
2. **Itinerario de consumo del turista.**
3. **El conocimiento sobre calidad turística y la colaboración entre profesionales.**
4. **Mejores prácticas sobre accesibilidad.**
5. **Nuevas fórmulas de gestión de empresas y destinos.**
6. **Incorporar la sostenibilidad al beneficio empresarial.**



## 03. Objetivos PCTA 1012

### Objetivos instrumentales

1. **Crear productos turísticos con valor añadido.**
2. **Formación y cualificación.**
3. **Transversalidad presupuestaria** en la Administración Turística Andaluza.
4. **Estructuras de calidad** nacionales.
5. **Implicar a todos los agentes del sector** en el cambio de modelo turístico.
6. **Tecnologías desarrollada por el Estado.**

## \* Los Números del Plan



# 04. Ejes y Programas de Acción

## EJE DE INNOVACIÓN

**P1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA**

Andalucía entiende que un servicio de calidad y excelencia sólo puede alcanzarse analizando y comprendiendo al turista que nos visita.

**P2. CONCENTRACIÓN EN DESTINOS**

Los destinos turísticos andaluces deben ser espacios donde el turista satisfaga ampliamente cada consumo de su itinerario experiencial.

**P3. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**

En Andalucía hay que continuar innovando y, lo que es más importante, se debe compartir esta innovación.

**P4. ACCESIBILIDAD**

Andalucía debe garantizar la autonomía, la integración social y la experiencia turística de las personas con discapacidad que nos visitan.

## EJE DE EXCELENCIA

**P5. EFICIENCIA DE NEGOCIOS**

Necesitamos empresas eficientes con capacidad competitiva y de reorganización de sus negocios.

**P6. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**

Lograr negocios sostenibles, que aseguren el éxito del nuevo modelo turístico, que generen empleo de calidad y que protejan los recursos culturales, sociales y ambientales de Andalucía.

**P7. PRODUCTO**

Andalucía debe producir experiencias únicas orientando su oferta a los segmentos de demanda más rentables.

**P8. FORMACIÓN**

El turismo es una industria cuyos protagonistas son las personas, necesitamos impulsar y apoyar la cualificación y formación de los profesionales turísticos, para que se conviertan en los mejores prescriptores de nuestro destino.

## SOSTENIBILIDAD

## EJE ACELERADOR

**P9. TRANSVERSALIDAD**

La suma de instrumentos y la convergencia de objetivos de todos los agentes que intervienen en el turismo de Andalucía, es la mejor vía para crear escenarios de oportunidad y garantizar la capacidad competitiva.

**P10. ESTRUCTURAS DE CALIDAD**

Andalucía debe estar presente y participar activamente en los foros de gestión y decisión, aportando y compartiendo su experiencia y capacidad de liderazgo.

**P11. CONEXIÓN CON INSTRUMENTOS DEL ESTADO**

Andalucía apuesta por las metodologías creadas por el sector turístico en nuestro país y quiere expandir su capacidad de acción sumándose a la estrategia del Estado.

**P12. PARTICIPACIÓN Y CONSENSO**

La participación y el consenso de todos, son claves para afrontar con éxito esta nueva estrategia por la calidad turística en Andalucía.

## RESPONSABILIDAD



JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

## 05. Evolución del PCTA1012

Con el objetivo de **recabar la valoración y las aportaciones sobre el sector turístico andaluz**, se articuló desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte una encuesta de opinión y participación. De esta manera, surge un Plan de Calidad Turística **adaptado a las necesidades y a la realidad del sector turístico andaluz**.

Este proceso de difusión, información y fomento de la participación en el PCTA 1012 fue **iniciado el 27 de septiembre finalizando el 15 de noviembre** de 2010.

## 06. Resultados de la Encuesta

13.246 ENCUESTAS

MAS DE 5.000 COMENTARIOS

Como resultado principal de esta toma de contacto con la ciudadanía y el sector empresarial queda patente la necesidad de afrontar, involucrándonos todos y todas, **un profundo cambio en el modelo turístico de Andalucía** para adecuarse a la realidad turística existente, lo avala más del 90% de la ciudadanía.

## 06. Resultados de la Encuesta

Ante el **nuevo turista del siglo XXI** se acomete un nuevo marco estratégico en materia de calidad turística.

Hay que aportar por **conocer más y mejor** a este turista, para poder anticiparse y satisfacerlo, mejorando la atención al cliente, potenciando elementos diferenciadores, conquistando y compartiendo la innovación.

Para sumarse a este cambio, en el que hay que formarse, **hay que especializarse, hay que globalizarse, trabajar por la sostenibilidad en sentido integral**, superar barreras para que Andalucía sea un **destino con calidad total**.

## 06. Resultados de la Encuesta

La nueva orientación asumida por el PCTA 1012, le lleva a **mantener** sus **principios básicos**:

### **RESPONSABILIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD**

Así como sus **tres ejes** vertebradores:

### **EJE DE INNOVACIÓN, DE EXCELENCIA Y EJE ACELERADOR**

Al mismo tiempo intensifica de manera importante dos elementos de gran riqueza y beneficio para todos:

### **LA TRANSVERSALIDAD Y LA ACCESIBILIDAD**

## 06. Resultados de la Encuesta

Otra conclusión muy importante que se obtiene de la encuesta en el aspecto local es que el **78,38 %** de los encuestados considera **importante o muy importante actuar de forma integral sobre el itinerario de consumo del turista y el destino.**

Además el **90,28 %** ve **importante o muy importante involucrar a la población local** en la atención a quienes nos visitan.



## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

Las **nuevas actuaciones** contempladas en la **redefinición del PCTA1012** integran esta **TRANSVERSALIDAD** a todos los niveles, **manteniendo**, por un lado, **el consenso y la coordinación** entre los agentes públicos y privados del sector, y, asumiendo, por otro, **la cooperación y el trabajo en equipo con las distintas consejerías** que integran la estructura de la Junta de Andalucía.

Las **líneas estratégicas CTCD van enlazadas** y coordinadas con las líneas estratégicas de actuación de las **diferentes CONSEJERIAS** ( **Cultura, Igualdad y Bienestar Social y Medio Ambiente**) con el fin de generar acuerdos y sinergias que **aporten calidad y excelencia**, de manera integral, al **sector turístico andaluz**, y en general, a la **CIUDADANÍA**.

## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

Queda de manifiesto respecto a la **ACCESIBILIDAD** que existe un **nuevo nicho de mercado** para empresarios del sector turístico. Todos los servicios turísticos que se adapten podrán vincularse a esta tipología de clientes que va en aumento y que suele llevar asociado **un poder adquisitivo alto**.

Según INE **la población de personas discapacitadas** (visión, audición, comunicación, aprendizaje, desarrollo de tareas, movilidad, autocuidado o interacción o relaciones personales) asciende a **3.787.400** en España.

En Andalucía **716.140 discapacitados**

## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

El contar con una **Red de Establecimientos Turísticos y Destinos Accesibles** a la que tengan acceso estas personas debe ser entendido como **un elemento de excelencia turística** y como **una nueva estrategia de posicionamiento para las empresas del sector.**

Por este motivo desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte se vienen desarrollado **acciones encaminadas a este objetivo...**

## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

### ACCIONES DE LA CONSEJERÍA

|   |  |
|---|--|
| <b>Guía de accesibilidad</b>                      | En comunicación para alojamientos turísticos   |
| <b>Apoyo al Programa Bandera Azul</b>             | Requisito imperativo para conseguir una Bandera Azul que, como mínimo, una de las playas del municipio debe poseer rampas de acceso a la playa y sanitarios para personas con discapacidad |
| <b>Programa de asistencias técnicas gratuitas</b> | Para la certificación en UNE 170.001 de Accesibilidad Universal  |
|   |  |

## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

El **PCTA 1012** camina hacia un **modelo de crecimiento turístico responsable dentro de una economía sostenible**, asumiendo todas las aportaciones y englobando muchos nuevos proyectos porque.....

## 07. La Transversalidad y la Accesibilidad

“LA ACCESIBILIDAD EN LA INDUSTRIA TURISTICA NO ES UNA OPCION, SINO UN REQUISITO IRRENUNCIABLE PARA NUESTRO FUTURO ECONÓMICO”

## **08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local**

En el contexto local, el **II Plan de Calidad Turística de Andalucía 10-12** señala determinadas actuaciones vinculadas al desarrollo local, entre estas podemos destacar, en su Eje de Innovación dentro del **Programa 2 CONCENTRACIÓN EN DESTINO** las siguientes actuaciones:

01 Modelos de gestión de la calidad en destinos a través de los instrumentos de intervención turística en el territorio

**Mejorar la competitividad de los destinos turísticos de Andalucía mediante programas de actuación integral en destino y a través de los Instrumentos de Intervención Turística en el Territorio.**

02 Embellecimiento de destinos turísticos (Anfitriones: Destino en Detalle)

**Fortalecer la calidad percibida por los turistas en los destinos a través del programa de Turespaña SCTE Embellecimiento**

## 08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local

### 03 Concienciación ciudadana

**Sensibilizar a la población local sobre la importancia y beneficios del turismo en Andalucía permitiéndole actuar como un verdadero anfitrión frente al turista y prestigiar además la figura del profesional turístico.**



## **08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local**

También dentro del Eje de Innovación dentro del **Programa 4 ACCESIBILIDAD** las siguientes actuaciones:

### **06 Turismo deportivo accesible**

**Integrar la accesibilidad en las actividades deportivas.**

**Mejorar la accesibilidad en las instalaciones deportivas existentes. Conseguir instalaciones deportivas nuevas accesibles y en las que se puedan desarrollar modalidades deportivas accesibles. Impartir formación deportiva relacionada con la accesibilidad.**

### **07 Andalucía Turística Accesible**

**Sensibilizar a los agentes del sector y a la ciudadanía sobre la necesidad de adecuar las instalaciones, equipamientos y servicios de empresas, servicios públicos turísticos y destinos para atender a colectivos de turistas que presentan discapacidades físicas y/o sensoriales, a través del Manual de buenas prácticas de turismo accesible y la marca desarrollada.**

## **08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local**

### 08 Espacios turísticos accesibles

**Convertir el espacio público de concurrencia turística en un espacio de accesibilidad universal reconocido.**

Dentro del Eje de Excelencia, en su **Programa 5 EFICIENCIA EN LOS NEGOCIOS** destacamos:

### 04 Servicio de asesoría para la implantación de la calidad

**Incrementar la competitividad de los servicios turísticos andaluces aumentando el número de certificados en calidad y mediante la asesoría de empresas especializadas en la implantación de sistemas de calidad turística. Desarrollar e implantar una herramienta para la autoevaluación que utilizaran las empresas para analizar el nivel de calidad turística en sus negocios.**

## 08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local

### 06 Reconocimiento a los certificados. Directorio

**Impulsar y valorar los esfuerzos realizados por las empresas y servicios turísticos andaluces para certificarse, mediante acciones de reconocimiento y difusión.**

## **08. Actuaciones Futuras del Plan en clave Local**

Para terminar, destacar en este Eje de Excelencia, en el **Programa 8 FORMACIÓN**, la siguiente actuación, que cuenta con la participación de la FAMP:

### 02 Formación a responsables públicos turísticos

**Disponer de una plataforma estable de sensibilización y formación que proporcione a los responsables públicos locales y técnicos conocimientos y habilidades para la planificación, gestión y mejora continua de los servicios públicos y los destinos turísticos.**

## 09. Repercusión en las Entidades Locales

- Se pretende fomentar el apoyo de manera integral, es decir, haciendo partícipes a entidades locales y demás agentes que intervienen en el territorio con el fin de generar una conciencia de destino integral accesible y de calidad.
- El II PCTA 1012 tiene como prioridad involucrar a entidades locales y a los principales agentes que intervienen en los destinos andaluces con el fin de posicionarlos como “destinos para todos y todas”, destinos que contemplen la accesibilidad como parte fundamental e indispensable de su oferta.
- Las entidades locales y todos aquellos agentes que representan y participan de los distintos destinos andaluces adquieren un gran peso específico en el II PCTA 1012.

**Andalucía siempre se ha caracterizado por su**  
**hospitalidad y el carácter abierto de sus**  
**gentes y en ningún caso el TURISMO, la rama**  
**más visible de este sentimiento de acogida,**  
**puede quedar fuera de dicha manifestación**  
**por una mala gestión.**



**MUCHAS GRACIAS**

[www.andaluciadestinocalidad.es](http://www.andaluciadestinocalidad.es)  
[www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte](http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte)