

Documento de Evaluación Inicial
Plan General de Turismo Sostenible de
Andalucía 2014-2020

Índice

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	LOS OBJETIVOS Y PRINCIPIOS RECTORES DEL PLAN.....	6
3.	EL ALCANCE Y CONTENIDO DE LA PLANIFICACIÓN, DE LAS PROPUESTAS Y DE SUS ALTERNATIVAS.....	7
4.	EL DESARROLLO PREVISIBLE DEL PLAN.....	17
5.	LOS EFECTOS AMBIENTALES PREVISIBLES.....	17
6.	LOS EFECTOS PREVISIBLES SOBRE LOS ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DEL TERRITORIO, SOBRE LA PLANIFICACIÓN SECTORIAL IMPLICADA, SOBRE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y SOBRE LAS NORMAS APLICABLES.....	20
6.1	EFFECTOS PREVISIBLES SOBRE LOS ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DEL TERRITORIO	20
6.2	EFFECTOS PREVISIBLES SOBRE LA PLANIFICACIÓN SECTORIAL IMPLICADA, SOBRE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y SOBRE LAS NORMAS APLICABLES	22

1. INTRODUCCIÓN

La elaboración del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020 se ha sustentado en un amplio proceso de participación de todos los agentes (públicos y privados) del sector turístico andaluz, con objeto de responder a la apuesta por un Gobierno Abierto que han realizado los órganos directivos de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía.

Dicho proceso de participación tuvo su punto de partida con la celebración de la Conferencia Estratégica del Turismo, que tuvo lugar el 22 de noviembre de 2012 en la localidad malagueña de Torremolinos. Tras el análisis realizado en los diez grupos de trabajo que se establecieron (cada uno para un segmento turístico diferente), se concretaron los retos que tiene el sector turístico andaluz para los próximos años y se definieron los objetivos que han servido de base para la posterior elaboración del Plan. En este evento participaron más de 200 personas.

El siguiente hito en este proceso fue la firma en febrero de 2013 del IV Pacto Andaluz por el Turismo por parte de los agentes sociales (empresarios y sindicatos) y de la propia Consejería, como fruto del consenso alcanzado entre todos ellos para el desarrollo turístico del VII Acuerdo de Concertación Social de Andalucía.

El siguiente paso lo constituyó la aprobación del Decreto 38/2013, de 19 de marzo, por el que se aprueba la formulación del PG TSA 2014-2020, que establece el plazo de un año para la aprobación del mismo por Consejo de Gobierno.

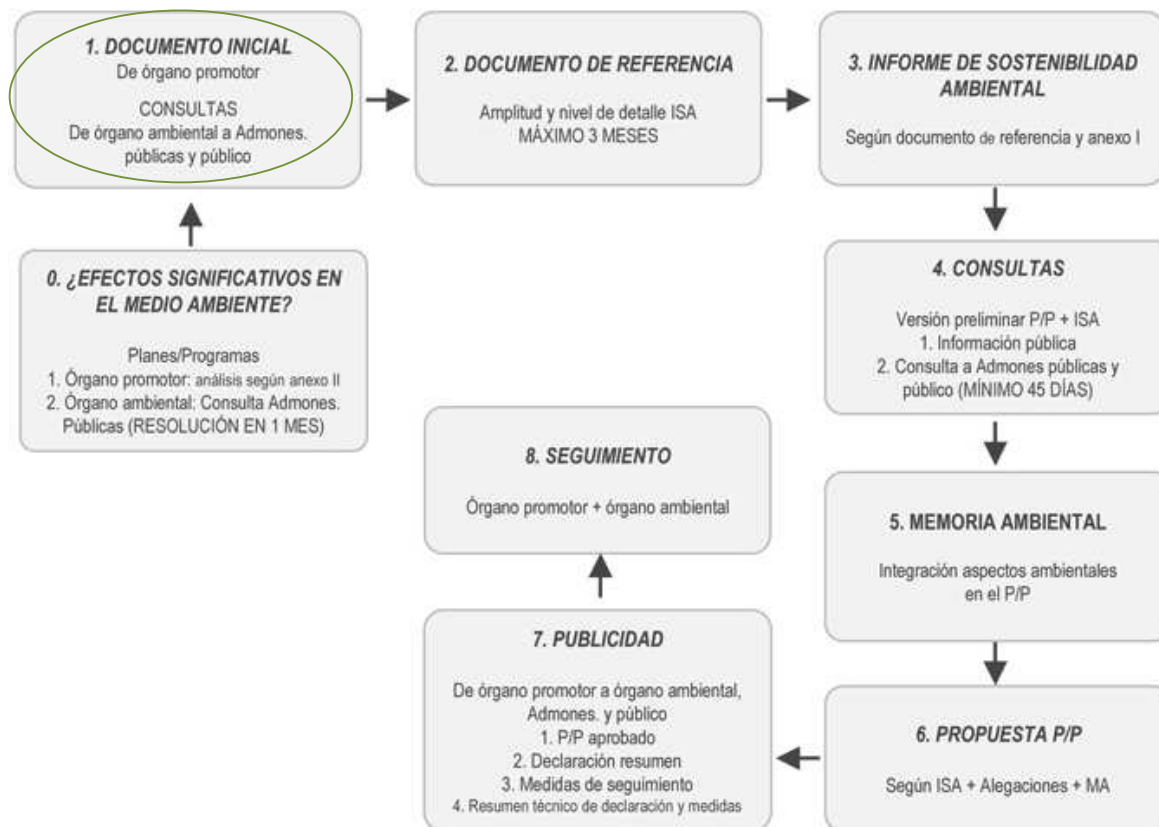
Otro hito en el proceso de participación lo constituyó la celebración, durante la segunda quincena del mes de junio de 2013, de las Jornadas Provinciales de Planificación Estratégica, que reunieron a unas 600 personas en representación de los agentes del sector turístico de cada una de las ocho provincias de la Comunidad Autónoma.

De forma paralela, en el seno de la Consejería de Turismo y Comercio se ha constituido un grupo de trabajo encargado de la redacción del Plan General, constituido por técnicos de los Servicios Centrales y de las Delegaciones Territoriales de la Consejería, así como por personal técnico de la empresa pública Turismo Andaluz en sus sedes de Málaga y Sevilla. Conviene destacar el hecho de que esta labor no se ha externalizado, siendo realizada en su totalidad por empleados públicos de la Administración andaluza.

Conforme a los requerimientos de la normativa ambiental vigente (nacional, Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental; y autonómica, Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental), la Consejería de Turismo y Comercio deberá someter el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020 a la evaluación ambiental de planes y programas. Las fases del procedimiento se ajustan a las indicadas en la Ilustración 1.

El Órgano promotor de este Plan es la Consejería de Turismo y Comercio y el Órgano ambiental la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

Ilustración 1.- Esquema del proceso de evaluación ambiental en Andalucía



Fuente: Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Junta de Andalucía.

La normativa autonómica establece que para la elaboración del informe de sostenibilidad ambiental (Ilustración 2), el órgano promotor deberá presentar un avance del Plan a la Consejería competente en materia de medio ambiente, que deberá contener una evaluación de los siguientes aspectos:

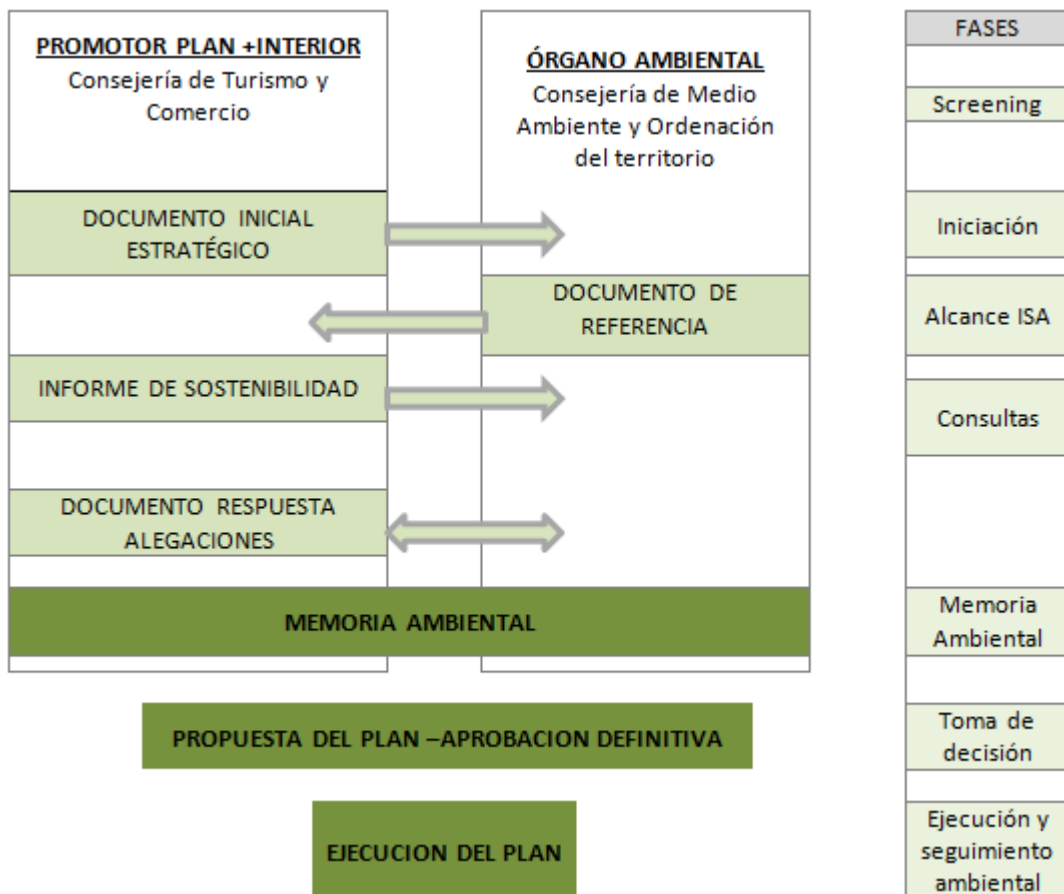
- Los objetivos de la planificación.
- El alcance y contenido de la planificación, de las propuestas y de sus alternativas.
- El desarrollo previsible del Plan.
- Los efectos ambientales previsibles.
- Los efectos previsibles sobre los elementos estratégicos del territorio, sobre la planificación sectorial implicada, sobre la planificación territorial y sobre las normas aplicables.

Este contenido se ajusta a la recientemente aprobada normativa estatal, que hace especial hincapié en la posible afección al cambio climático.

Así el documento que ahora se presenta constituye el **documento de evaluación inicial** o **documento inicial estratégico** que da inicio al procedimiento de evaluación ambiental estratégica y que culminará con la Declaración ambiental estratégica por parte del Órgano Ambiental.

A partir de él, el Órgano ambiental realizará las consultas previas y elaborará el documento de alcance del estudio ambiental estratégico o Documento de referencia que fija la amplitud, nivel de detalle y el grado de especificación del informe de sostenibilidad ambiental, tras identificar y consultar a las Administraciones públicas afectadas y al público interesado.

Ilustración 2.- Interacción y fases del proceso de Evaluación Ambiental Estratégica



2. LOS OBJETIVOS Y PRINCIPIOS RECTORES DEL PLAN

El objetivo central o meta del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía es el siguiente:

"Consolidar la sostenibilidad integral y la competitividad del turismo como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo de calidad y desarrollo económico".

Y como objetivos generales se establecen los siguientes:

- Definir estrategias y políticas para implementar un modelo de desarrollo turístico sostenible, viable, equitativo y competitivo, que haga un uso óptimo de los recursos disponibles, respetuoso con los valores locales y los espacios donde se desarrolla el turismo y que garantice la cohesión territorial.
- Potenciar el tejido empresarial turístico y generar empleo estable y de calidad.
- Impulsar la creación y difusión de productos que divulguen y pongan en valor los recursos naturales, culturales, territoriales y paisajísticos de los distintos territorios de nuestra Comunidad, procurando la complementariedad y la liberación de sinergias entre los distintos segmentos, la imagen de la calidad de los espacios turísticos y la implicación de la población local en la experiencia turística.
- Vincular la sostenibilidad al desarrollo de un modelo turístico que se apoye en la gestión integral de la calidad en los destinos, la innovación dentro del tejido empresarial, especialmente la tecnológica y la formación y transferencia de conocimiento entre sus profesionales.
- Promover un proceso de integración entre la planificación y la gestión, que permita adaptarse a la evolución de la coyuntura económica impulsando con ello el crecimiento diferencial de una oferta y demanda con mayor valor añadido.
- Establecer mecanismos de participación efectivos entre los actores implicados en el modelo de desarrollo turístico, que fomenten el reconocimiento social del turismo y que generen espacios e instrumentos de cooperación en el ámbito de la decisión, la gestión y la financiación.
- Favorecer la rehabilitación integral de destinos maduros del litoral, la mayor innovación y puesta en valor de la oferta de interior, así como incentivar los destinos sostenibles emergentes, mejorando nuestra oferta tradicional.

Además el Plan se concibe teniendo en cuenta una serie de principios rectores sobre los que se rige su elaboración. Estos principios rectores se basan en la sostenibilidad entendida:

- Defensa de los valores locales andaluces (naturales, culturales, históricos, etnográficos, paisajísticos, etc.) en los procesos de desarrollo turístico, entendiendo que dichos valores representan la identidad diferenciada de la actividad turística y que han de retroalimentar continuamente dicho proceso de desarrollo.
- Un proceso eficiente y equitativo de producción de servicios turísticos, el cual fomenta el desarrollo del tejido empresarial, asegurando la rentabilidad y competitividad de las empresas, que son las que gestionan los productos turísticos, a la vez que la estabilidad y calidad en el empleo.
- Un proceso de gobernanza turística basado en la transparencia, la participación y la codecisión, que se articule a través de la subsidiaridad y la cooperación público-privada y pública-pública.
- Un proceso de cohesión territorial, de forma que la actividad turística contribuya a un desarrollo equitativo de los diferentes territorios de la geografía andaluza, dinamizando aquellas zonas más deprimidas así como recalificando y ordenando el desarrollo de aquellas más pujantes y emergentes.
- Un proceso social de apropiación de la actividad turística por parte de la ciudadanía, asumiendo que el mayor activo de un destino son sus gentes y que su implicación y buena convivencia con el turismo es un intangible que resulta clave para ser competitivos.
- Un proceso continuo de investigación, desarrollo e innovación, sin el cual será imposible afrontar los retos del desarrollo sostenible futuro, pero tampoco sería posible abordar los retos presentes, ya que sin un conocimiento sobre los turistas y las turistas y la propia actividad turística, o sin medir y evaluar el resultado de las acciones que se implementan para poder reorientar las políticas públicas, resultaría imposible continuar manteniendo una posición de liderazgo mundial.

3. EL ALCANCE Y CONTENIDO DE LA PLANIFICACIÓN, DE LAS PROPUESTAS Y DE SUS ALTERNATIVAS

Territorialmente el Plan se refiere a la totalidad de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Desde el punto de vista del nivel de detalle de las propuestas, el Plan formula ocho líneas estratégicas de desarrollo turístico, que se desarrollan en 30 programas específicos.

En concreto las ocho líneas estratégicas y sus correspondientes programas de desarrollo son:

LÍNEA ESTRATÉGICA 1. DINAMIZACIÓN INTEGRAL, COORDINADA Y COOPERATIVA DEL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ.

- 1.1. Adecuación entre planificación y gestión.
- 1.2. Coordinación administrativa y cooperación público-privada.
- 1.3. Elaboración de un inventario de recursos y productos turísticos.
- 1.4. Accesibilidad administrativa.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. APOYO AL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTO.

- 2.1. Apoyo a la formación de clubes de productos.
- 2.2. Apoyo al emprendimiento turístico sostenible y competitivo.
- 2.3. Apoyo al desarrollo de productos turísticos adaptados a las nuevas necesidades de la demanda.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3. ESTABILIDAD Y CALIDAD EN EL EMPLEO.

- 3.1. Desarrollo de segmentos innovadores y apoyo técnico a emprendedores.
- 3.2. Apoyo a las empresas turísticas para el mantenimiento de un empleo estable y de calidad.
- 3.3. Apoyo para el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. GESTIÓN DE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA.

- 4.1. Impulso de segmentos y productos turísticos con motivaciones no estacionales.
- 4.2. Impulso a segmentos y productos turísticos de comportamiento estacional complementario.
- 4.3. Concienciación institucional para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz.
- 4.4. Promoción y comercialización de productos turísticos diversificados fuera de temporada alta.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5. REFUERZO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA ANDALUCÍA.

- 5.1. Promoción de productos turísticos que proporcionen experiencias y emociones.
- 5.2. Coordinación pública-privada para el posicionamiento del destino a través de la investigación en los mercados de origen.
- 5.3. Promoción y apoyo al marketing de productos desestacionalizadores.

- 5.4. Utilización de las Nuevas Tecnologías en la promoción y comercialización turística.

LÍNEA ESTRATÉGICA 6. ANDALUCÍA: DESTINO TURÍSTICO DE EXCELENCIA.

- 6.1. Formación para la profesionalización de los recursos humanos.
- 6.2. Defensa y protección de los derechos de los usuarios turísticos.
- 6.3. Accesibilidad global en los destinos turísticos de Andalucía.
- 6.4. Apoyo a la calidad y fomento de la sostenibilidad en las infraestructuras turísticas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 7. INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.

- 7.1. Generalización del uso de las Nuevas Tecnologías en el turismo.
- 7.2. Impulso a la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas.
- 7.3. Desarrollo de la investigación, la innovación y la modernización del sector turístico andaluz.
- 7.4. Creación de productos turísticos en base a la innovación tecnológica.

LÍNEA ESTRATÉGICA 8. SEGMENTOS TURÍSTICOS: DESARROLLO Y COMPLEMENTARIEDAD.

- 8.1. Desarrollo de microsegmentos y segmentos turísticos emergentes.
- 8.2. Complementariedad entre segmentos, destinos y productos turísticos.
- 8.3. Desarrollo del turismo de reuniones en complementariedad con otros segmentos turísticos.
- 8.4. Impulso a la creación y desarrollo de rutas e itinerarios gastronómicos.

La tabla recoge los programas que desarrollan el Plan, agrupados en líneas estratégicas, junto con sus estrategias de desarrollo.

L.F.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
1. Dinamización integral, coordinada y cooperativa del sector turístico andaluz	1. Adecuación entre planificación y gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de la normativa, de las prácticas de la gestión administrativa, así como de los órganos que intervienen en ella y su correspondencia con las estrategias e instrumentos de planificación turística. - Modificación de la normativa reguladora de la Estrategia de Turismo Sostenible, como principal instrumento articulador de las líneas de promoción integrales-continuas, que respondan a lógicas territoriales o temáticas, adecuándolas a las estrategias e instrumentos de planificación turística. - Modificación de la normativa reguladora de las líneas de subvenciones propias de la Consejería de Turismo y Comercio, adecuándola a las líneas de promoción discontinuas establecidas en las estrategias e instrumentos de planificación turística. - Tramitación de las convocatorias correspondientes a las dos estrategias de desarrollo anteriores. - Adecuación del resto de normativa turística cuya necesidad resulte de la fase de diagnóstico y que no quede recogida en las dos estrategias de desarrollo anteriores, especialmente aquella relativa a la organización interna.
	2. Coordinación administrativa y de cooperación público-privada	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa en la Mesa de Directores Generales de Turismo para garantizar la máxima coordinación con la Administración Central y con otras Comunidades Autónomas. Cooperación permanente en materia de promoción turística exterior con la Secretaría de Estado de Turismo. - Coordinación de la política turística con otras políticas mediante la firma de convenios de coordinación con las Consejerías competentes en materia de Medio Ambiente, de Cultura, de Ordenación del Territorio, de Fomento, de Desarrollo Rural, entre otras. En dichos convenios será conveniente incluir el aprovechamiento de los edificios e infraestructuras pertenecientes a dichos organismos, y su posible uso turístico. - Establecimiento de una sistemática de reuniones periódicas (del tipo de la Conferencia Estratégica del Turismo) como lugar de encuentro entre los agentes públicos y privados, con objeto de mejorar la comunicación y la coordinación con el sector e impulsar la cooperación público-privada. - Celebración periódica de mesas provinciales del sector, con la presencia de agentes públicos y privados, y con objeto de promover alianzas empresariales y profesionales entre los diferentes actores. - Asesoramiento técnico por parte del personal de la Consejería de Turismo a otras Consejerías y organismos en la orientación turística de las ayudas proporcionadas a las empresas turísticas (Grupos de Desarrollo Rural, Innovación, Empleo, etc.), así como en la tramitación para crear empresas, etc.
	3. Elaboración de un inventario de recursos y productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Recogida de datos georeferenciados de los territorios a través de grupos técnicos de trabajo multidisciplinares e interdepartamentales. - Elaboración del documento a partir de los datos recogidos: un inventario integrado por todos los elementos que por sus cualidades naturales, culturales, etnográficas o patrimoniales puedan constituir un atractivo turístico andaluz. - Accesibilidad del documento: una vez finalizada la fase de elaboración se desarrollarán las estrategias comunicacionales necesarias para hacer accesible la información.
	4. Accesibilidad administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Fijación del modelo electrónico de declaración responsable que permita iniciar la actividad, sustituyendo el control previo por un control a posteriori. - Reducción de los plazos de tramitación de los procedimientos o posibilidad de presentación electrónica de la documentación. - Desarrollo de una plataforma que posibilite la tramitación de gestiones para las empresas turísticas. - Colaboración con la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo en el desarrollo normativo del anteproyecto de Ley para reducir las trabas administrativas. - Eliminación de duplicidades normativas ante la distribución de competencias. - Desarrollo de una figura de asesores, técnicos, agentes que ofrezcan información en las Delegaciones Territoriales de Turismo. - Colaboración público-privada para el desarrollo de estudios, la realización de actividades formativas, jornadas y conferencias que ofrezcan información directa a los agentes y otras entidades. - Impulso de www.turismonuevas.org y de la web de la Consejería en materia de transparencia y participación.

I. E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
2. Apoyo al emprendimiento turístico para la creación de producto	1. Apoyo a la formación de clubes de productos	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciación de los mecanismos e incentivos de cooperación entre empresas en materia de investigación de mercado, diseño de producto, comercialización y reforzamiento de funciones de gestión mediante apoyo económico y técnico. - Establecimiento de estándares de calidad básicos, exigibles a los productos integrados en clubes de productos para participar de las acciones conjuntas que se apoyen desde la Consejería. - Potenciación de la colaboración público- privada, favoreciendo la creación de redes de negocio entre los productores del servicio y las actividades turísticas.
	2. Apoyo al emprendimiento turístico sostenible y competitivo	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de líneas de créditos blandos y microcréditos para facilitar la financiación de las empresas. - Desarrollo de las medidas de apoyo al emprendedor introducidas por el Real Decreto Ley 4/2013 y de la Ley de emprendedores y su Internacionalización. - Desarrollo de ayudas públicas orientadas a la innovación y desarrollo tecnológico en empresas turísticas. - Fomento de la celebración de jornadas, encuentros técnicos, foros, simposios, congresos, conferencias, para la transferencia de conocimientos, metodología y experiencias. - Fomento de proyectos de cooperación empresarial multisector en torno a productos turísticos con gran potencial innovador y competitivo (rutas enogastronómicas, turismo marinero, rutas culturales, etc.).
	3. Apoyo al desarrollo de productos turísticos adaptados a las nuevas necesidades de la demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir la singularidad de los valores andaluces originando una oferta diferenciada. - Favorecer la rehabilitación de los destinos turísticos maduros e incentivar los destinos sostenibles emergentes. - Desarrollar un programas de apoyo, formación y asesoramiento al sector turístico del interior y del litoral andaluz. - Fomentar la diversificación de empresas agrícolas en zonas rurales hacia actividades no agrarias. - Impulsar el turismo marinero-pesquero como actividad complementaria a la tradicional de pesca.
3. Estabilidad y calidad en el empleo	1. Desarrollo de segmentos innovadores y de apoyo técnico a emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> - Favorecimiento del desarrollo de segmentos y servicios turísticos innovadores que contribuya a la ruptura de la estacionalidad del sector y al impulso del empleo. - Impartición de cursos de formación y asesoramiento a los empresarios turísticos por parte de Andalucía Lab y de profesorado proveniente de las universidades. - Creación de viveros de empresas turísticas.
	2. Apoyo a las empresas turísticas para el mantenimiento de un empleo estable y de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión como criterio de valoración preferente, en las convocatorias de subvenciones de la Consejería y en los instrumentos financieros dirigidos a autónomos y pymes, de la acreditación de la creación y el mantenimiento del empleo por la entidad solicitante en el último año. - Valoración como uno de los criterios sustanciales a incluir en la nueva normativa de calificación hotelera que el establecimiento disponga de un número de trabajadores determinado en relación a las plazas y servicios ofertados. - Elaboración de un sistema de relación entre la inversión pública en promoción y comercialización y la creación o mantenimiento de empleo de las empresas o sectores beneficiarios de las mismas. Se priorizará la participación de las empresas que acrediten la creación de empleo en los últimos seis meses o la impartición de cursos de formación para la calificación laboral de los trabajadores. - Impulso de la actuación coordinada entre todas las administraciones responsables para combatir la competencia desleal y aflorar la economía sumergida en materia turística. - Preferencia en las pernoctaciones de los planes de turismo social para aquellos establecimientos que acrediten su apuesta por el empleo y la formación.
	3. Programa de apoyo para el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de medidas que favorezcan el acceso a un puesto de trabajo de las personas que se encuentran en situación de desempleo, en especial los parados de larga duración. - Integración de los jóvenes en el mercado de trabajo turístico, en particular de aquellos que se hallan en riesgo de exclusión social. - Promoción del empleo femenino y de la igualdad de oportunidades entre géneros en el sector turístico. - Promoción del empleo y la igualdad de oportunidades en colectivos en riesgo de exclusión, personas con discapacidad, etc.

L.E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
4. Gestión de la estacionalidad turística	1. Programa de impulso de segmentos y productos turísticos con motivaciones no estacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de líneas de fomento para la creación de productos y para la potenciación de segmentos emergentes que se desarrollen a lo largo de todo el año. - Apoyo a la organización de eventos deportivos, culturales, musicales, etc. con gran poder de convocatoria, que tengan lugar en cualquier momento del año, pero especialmente en temporada media o baja. Coordinación del calendario de eventos de las diferentes Administraciones. - Fomento en Andalucía del autocaravanismo, segmento que acoge turistas de poder adquisitivo medio-alto que huye de la masificación y tiene un perfil claramente desestacionalizador. - Diversificación de los usos turísticos del litoral.
	2. Programa de impulso a segmentos y productos turísticos de comportamiento estacional complementario	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción de acciones específicas dirigidas a determinados colectivos que, por su nivel de renta o posición social, cuentan con una menor capacidad de acceso al uso y disfrute de los productos turísticos, creando líneas de subvención y apoyo a dichos colectivos. - Fomento de programas de turismo social para colectivos necesitados (mayores, jóvenes, parados, etc.). - Actuación directa en los mercados emisores a través de acuerdos con sindicatos e instituciones europeas, nacionales y regionales para atraer turistas en temporada baja a precios asequibles a determinados colectivos, pero sin descuidar la calidad de los productos ofertados. - Aprovechamiento de la red de albergues juveniles de Inturjoven, unas infraestructuras públicas que pueden ser utilizadas por el turismo juvenil y por otros colectivos desfavorecidos, caso de los parados de larga duración. - Establecer sinergias con el turismo idiomático mediante la captación de clientes entre los jóvenes europeos que finalizan sus estudios universitarios y realizan viajes largos antes de iniciar su vida laboral en su país de origen, estando interesados en el aprendizaje del español. - Aprovechamiento de las Villas Turísticas de titularidad autonómica para alojar a colectivos desfavorecidos y permitirles conocer el medio rural andaluz.
	3. Programa de concienciación institucional para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz	<ul style="list-style-type: none"> - Adopción de políticas institucionales y corporativas tendentes a la redistribución de los periodos vacacionales a lo largo del año. Lograr acuerdos con la Administración educativa y otros colectivos afectados para un replanteamiento del calendario escolar y universitario en España. - Reducción y redistribución de los periodos vacacionales estivales en el sector público y en las grandes corporaciones, así como establecimiento de semanas blancas complementarias por Comunidades Autónomas. - Fomento de las minivacaciones y creación de productos orientados a viajes con dos o tres noches de pernoctación. - Fomento de los beneficios económicos y fiscales a las empresas que permanecen abiertas todo el año: reducción del tipo de IVA, bonificación del IBI, bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante los meses de temporada baja, condicionamiento de las ayudas públicas a que la empresa mantenga la actividad todo el año, etc.
	4. Programa de promoción y comercialización de productos turísticos diversificados fuera de temporada alta	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de campañas de promoción y comercialización de productos turísticos poco estacionales o que se desarrollen fuera de la temporada alta. - Promoción diferenciada de segmentos y productos turísticos menos estacionales, mediante la participación en ferias, acciones al consumidor, etc. - Promoción del turismo de negocios y reuniones en temporada baja, con una oferta complementaria de apoyo. - Uso de las nuevas tecnologías: Internet, gestores de presencia en redes sociales, utilización de teléfonos de última generación, tabletas, etc.

L.E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
5. Refuerzo y posicionamiento de la marca Andalucía	1. Promoción de productos turísticos que proporcionen experiencias y emociones	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de campañas de promoción de productos identitarios basados en elementos patrimoniales: espacios naturales protegidos, Conjuntos Históricos declarados, paisajes sobresalientes, etc. - Todas las acciones de la estrategia de comunicación orientadas a difundir los recursos culturales, los recursos naturales y los destinos urbanos de Andalucía. - Desarrollo de campañas de promoción de productos, segmentos y destinos turísticos complementarios entre sí: destinos litorales, urbanos, rurales de interior, etc. - Desarrollo y promoción de microsegmentos turísticos que satisfagan las motivaciones de un amplio espectro de componentes de la demanda turística. - Creación de DMC locales, como medio ideal para facilitar la promoción y la comercialización de algunos destinos concretos que son menos conocidos.
	2. Coordinación entre organismos públicos y privados para el posicionamiento del destino a través de la investigación en los mercados de origen	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de oficinas de turismo de Andalucía en España y en el extranjero (Rusia y otros mercados emergentes). - Continuar con los convenios de colaboración con los Patronatos Provinciales de Turismo, para un mejor aprovechamiento de los recursos. - Establecer una línea de ayuda para el posicionamiento de Andalucía en los mercados turísticos. - Realización de campañas en los principales mercados emisores europeos enfocadas a segmentos, motivaciones y destinos concretos. - Realización de campañas más genéricas en aquellos mercados donde hay que asentar la marca y el destino Andalucía. - Realización de campañas de la mano de Tourespaña en los mercados más lejanos.
	3. Promoción y apoyo al marketing de productos desestacionalizadores	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de comunicación: fidelización. - Campañas de promoción de productos y segmentos desestacionalizadores. - Campañas de promoción de vacaciones no estivales en mercados de origen. - Campañas de temporada media-baja: Navidad, Semana Santa, semana blanca, otoño, etc. - Creación de productos que giran en torno a grandes eventos. - Creación de oficinas virtuales de turismo.
	4. Utilización de las Nuevas Tecnologías en la promoción y comercialización turística	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing digital y estrategias on line. - Mantenimiento de los contenidos informativos, de servicios, etc. del sitio web de Turismo Andaluz. - Desarrollo del portal www.andalucia.org con su adaptación a las últimas novedades en materia de Nuevas Tecnologías. - Generación de contenidos informativos adaptados a los dispositivos móviles de última generación. - Posicionamiento del portal turístico de Andalucía en los principales buscadores de Internet. - Promoción y comercialización turística de Andalucía a través de las redes sociales. - Implantación generalizada de puntos wifi en los principales enclaves turísticos de Andalucía. - Desarrollo de planes formativos en marketing y comunicación que actualicen los conocimientos y técnicas de promoción de productos de los técnicos en turismo.

L.E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
------	----------	---------------------------

6. Andalucía: destino turístico de excelencia	1. Formación para la profesionalización de los recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento de la formación permanente, reforzando los programas de formación y profesionalización en las distintas especialidades que intervienen en la actividad turística, fomentando la capacitación profesional de los trabajadores. - Las materias a impartir incluirán cursos y programas de marketing, comercialización, redes sociales, idiomas (especialmente inglés), gestión, normativa relativa a temas de consumo, calidad de los establecimientos, etc. - Realización de cursos de formación de los recursos humanos en los meses de temporada baja para con ello tener ocupados a los trabajadores en los periodos de baja actividad. - Llevar a cabo, con la administración competente en materia de educación, aquellos programas en centros educativos que posibiliten el conocimiento y la difusión de la actividad turística como uno de los motores de la economía andaluza.
	2. Defensa y protección de los derechos de los usuarios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de la Unidad para la asistencia al turista, prevista en el artículo 27 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. - Plan de adecuación de las Oficinas de Turismo con la adaptación a las necesidades del turista. - Acuerdo con la Consejería competente en materia de consumo para el establecimiento de los criterios a aplicar en la protección de los derechos de los consumidores turísticos. - Puesta en marcha de un servicio de inspección en materia de calidad que vele por el cumplimiento de la normativa en esta materia.
	3. Accesibilidad global en los destinos turísticos de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> - Impulso de aquellos proyectos que fomenten el reconocimiento y la incorporación de criterios y medidas vinculados a la accesibilidad en establecimientos y servicios turísticos. - Incorporación de criterios generales de accesibilidad física del espacio turístico para todo tipo de colectivos. - Eliminación de barreras arquitectónicas y urbanísticas, favoreciendo unas condiciones generales de uso y disfrute sin límites. - Sensibilización e información sobre la necesidad de crear entornos, productos y servicios accesibles.
	4. Apoyo a la calidad y de fomento de la sostenibilidad en las infraestructuras turísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación y gestión de líneas de ayudas de la Consejería orientadas a la implantación de sistemas de calidad tanto en la oferta privada como en los destinos. - Apuesta por una línea de fomento a las actuaciones para la mejora de la eficiencia energética de las empresas turísticas. - Auditorías energéticas y monitorización de instalaciones de infraestructuras turísticas para evaluar y proponer medidas de mejora de su eficiencia energética. - Fomentar la aplicación de medidas de mejora de la eficiencia energética y de las infraestructuras turísticas (implementación de lo anterior). - Línea de fomento a la gestión sostenible de los residuos sólidos y del recurso agua en las instalaciones turísticas. - Fomento de programas para la reducción y/o clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos en instalaciones y servicios turísticos. - Línea de ayuda para el uso eficiente de los recursos hídricos y energéticos de las infraestructuras turísticas. - Fomento de los modos de transporte no motorizado en los destinos turísticos, apoyando segmentos como el cicloturismo, el turismo ecuestre, etc. - Incentivar la movilidad del turista urbano en bicicleta, fomentando la implantación de empresas de servicio para cicloturistas en las ciudades. - Movilidad sostenible en espacios naturales protegidos. - Conectividad de entornos y recursos turísticos (culturales, paisajísticos, medioambientales) mediante la creación de itinerarios o rutas turísticas, adecuando senderos y caminos para uso peatonal y/o bicicletas. - Línea de fomento para la modernización de la planta hotelera de Andalucía con criterios de sostenibilidad. - Línea de ayuda para la recualificación de la oferta alojativa del litoral (reducción de impactos paisajísticos y ambientales). - Promover infraestructuras de distribución de energías renovables para usos térmicos en grandes complejos turísticos (proyecto piloto).

L.E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
7. Innovación y competitividad turística	1. Generalización del uso de las Nuevas Tecnologías en el turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Instalación de zonas wifi en todos los equipamientos e instalaciones turísticas para facilitar la conectividad digital de los visitantes. - Creación de aplicaciones para dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tabletas) con contenidos turísticos, caso de los códigos de respuesta rápida (QR), etc. - Utilización de las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, etc.) como canales de comunicación de la oferta del destino turístico Andalucía. - La web andalucia.org como impulsora del turismo (interior). - Andalucía de interior: accesible tecnológicamente. - Creación de un sistema de fidelización de clientes (CRM). - Incentivos para la implementación tecnológica en la empresa turística.
	2. Impulso a la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de guías para el empresario que faciliten información del proceso inversor, referida al marco legislativo de cada país, a la fiscalidad, al régimen de ayudas, etc. - Incentivar económicamente el inicio de procesos de expansión en el extranjero de las empresas turísticas andaluzas. - Organización de campañas de sensibilización entre el empresariado sobre las ventajas de la internacionalización de su actividad. - Campañas de concienciación y sensibilización para fomentar la internacionalización de las empresas turísticas. - Establecer acuerdos con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) para la potenciación de los programas de apoyo a las empresas turísticas andaluzas, en el marco del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2014 2020. - Plataforma de comercialización conjunta de los productos turísticos.
	3. Desarrollo de la investigación, la innovación y la modernización del sector turístico andaluz	<ul style="list-style-type: none"> - Implantación de nuevas tecnologías en las pymes y destinos turísticos en colaboración con el sector TIC andaluz. - Asesoramiento, formación y transferencia de conocimiento a las pymes turísticas, facilitándoles las herramientas necesarias para dar respuesta a sus necesidades, ayudándoles a adquirir el conocimiento necesario para que sus negocios puedan ser más competitivos, sostenibles y rentables. - Centro de asesoramiento empresarial de innovación turística. - Impulso de una plataforma de difusión del conocimiento LMS en materia turística, enfocada a las necesidades de las empresas del sector para formación especializada vía Internet. - Búsqueda de 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. - Convenios de colaboración con universidades andaluzas (Málaga, Sevilla) para el fomento de I+D+I en materia de turismo. - Línea de ayudas a la formación de grupos de investigación pluridisciplinarios que promuevan, desarrollen y profundicen en la investigación sobre temas turísticos. Red profesional andaluza de transmisión del conocimiento turístico. - Impulso a Andalucía Lab como centro de asesoramiento empresarial e innovación turística: implantación de nuevas tecnologías, inversión en I+D+I, asesoramiento a empresarios, organización de cursos y jornadas profesionales para la formación y el reciclaje de emprendedores turísticos. - Desarrollo de un Sistema de Indicadores de Sostenibilidad para el destino turístico Andalucía. - SAETA, estadísticas e investigación de mercados.
	4. Creación de productos turísticos en base a la innovación tecnológica	

L.E.	PROGRAMA	Estrategias de desarrollo
8. Segmentos turísticos: desarrollo y complementariedad	1. Desarrollo de microsegmentos y segmentos turísticos emergentes	<ul style="list-style-type: none"> - En colaboración con la Consejería de Fomento y en el marco del Plan Andaluz de la Bicicleta, fomento a nivel regional del cicloturismo, un segmento emergente que puede complementarse y combinarse con otros segmentos y actividades (rural y naturaleza, cultural, gastronómico, etc.). - Desarrollo de la ruta mediterránea de la red EUROVELO, integrada en la RTE-T. - Desarrollo de productos cicloturistas asociados a la red EUROVELO. - Desarrollo del turismo industrial como forma de recuperar las antiguas instalaciones mineras e industriales existentes en Andalucía para uso turístico, contribuyendo con ello a la dinamización económica de diversas zonas de la región.
	2. Complementariedad entre segmentos, destinos y productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Complementariedad entre municipios, comarcas y destinos a lo largo del eje vertebrador de Andalucía que constituyen los ríos Guadalquivir y Genil, estableciendo sinergias con diferentes segmentos turísticos. - Aprovechamiento para la práctica del cicloturismo, el senderismo y el turismo ecuestre de la red andaluza de Vías Verdes, producto turístico con potencial para dinamizar un territorio y para generar sinergias con otros segmentos y productos: gastronomía, cultura, naturaleza, etc. - Aprovechamiento de iniciativas europeas como el Proyecto Odyssea, que pone en relación el segmento náutico de un territorio costero con los recursos culturales, naturales, etc. de su entorno más próximo. - Medidas dirigidas a la puesta en valor de los elementos del patrimonio cultural de interés turístico de las Grandes Ciudades andaluzas. - Gestión turística sostenible del patrimonio cultural (del interior y del litoral) de Andalucía. - Gestión turística sostenible de los recursos naturales (del interior y del litoral) de Andalucía. - Identificación, recuperación y/o valoración de los elementos del patrimonio cultural de interés turístico. - Sostenibilidad del espacio turístico (del interior y del litoral) de Andalucía. - Revitalización de ciudades, rehabilitación de zonas industriales".
	3. Desarrollo del turismo de reuniones en complementariedad con otros segmentos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un organismo o ente que aúne los esfuerzos de todos los equipamientos de turismo de reuniones y congresos de Andalucía.
	4. Impulso a la creación y desarrollo de rutas e itinerarios gastronómicos	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciación del turismo gastronómico y enológico aprovechando las experiencias ya existentes y desarrollando otras innovadoras (clubes de producto del jamón ibérico, denominaciones de origen, promoción de las tapas, visitas a bodegas, degustaciones de especialidades gastronómicas locales, productos relacionados con el olivar y el aceite, etc.).

4. EL DESARROLLO PREVISIBLE DEL PLAN

En coherencia con las orientaciones estratégicas de la política económica de la comunidad Autónoma y de la Unión europea, la vigencia del Plan será de 2014-2020.

En ese espacio temporal, el borrador de Plan establece el desarrollo de un total de 30 programas, que se irán ejecutando a lo largo todos esos años, en algunos casos de forma más prioritaria (en los primeros años).

A día de hoy, la priorización de los 30 programas se encuentra todavía pendiente de la propia validación de los programas por parte de los órganos directivos de la Consejería.

5. LOS EFECTOS AMBIENTALES PREVISIBLES

El Plan se encuentra en una fase inicial. Esto más que un problema es una ventaja porque permitirá insertar sensibilidad, compromiso y criterio ambiental al proceso de decisión (evaluación *in itinere*), en lugar de aportarlo a posteriori a la evaluación de los productos de la planificación (evaluación *ex post*). En este sentido, la evaluación ambiental se integrará al proceso de planificación en vez de desarrollarse como un proceso paralelo y ajeno al mismo, y mucho menos posterior a él, aportando un claro valor añadido al resultado esperado del Plan, al desarrollar los mecanismos y criterios adicionales que la metodología de la evaluación ambiental estratégica incorpora para la mejora de sus contenidos.

Se evita así la posibilidad de que los productos de la evaluación ambiental se elaboren de manera independiente al proceso de planificación sustantivo, permitiendo con ello el pleno desarrollo del procedimiento de evaluación ambiental previsto en la normativa, al cumplirse con los pasos formales previstos y generarse los productos exigidos, además de cumplir con el espíritu de la normativa de que se produzca una incorporación efectiva de las consideraciones ambientales en el proceso de planificación.

Buena parte del riesgo de separar el proceso de planificación de la evaluación ambiental del Plan, deriva del hecho de considerar que los efectos ambientales de la planificación son el elemento central de la propia evaluación, pues en general no será posible conocer y determinar los principales efectos de un plan mientras éste no se encuentre ya en un estado muy avanzado de ejecución. Un proceso de evaluación centrado en la identificación y estimación de efectos ambientales sobre productos terminados implicaría además una escasa necesidad de integración con el proceso sustantivo de planificación, elaborando simplemente los informes requeridos por el procedimiento establecido de Evaluación ambiental estratégica una vez que lo sustantivo del plan ya ha sido decidido.

Desde este Documento de Evaluación Inicial se propone desarrollar una metodología de evaluación que, sin subestimar en absoluto las ventajas de la identificación y estimación de los efectos ambientales de un plan, asume como el principal objetivo de la Evaluación ambiental estratégica (EAE) el de mejora de la

calidad ambiental global del plan durante el proceso de su elaboración, constituyendo los contenidos ambientalmente así mejorados los materiales básicos que posteriormente permitirán informar adecuadamente al procedimiento administrativo de EAE.

En este sentido destaca el apoyo del Plan a un modelo de planificación que concrete un modelo de desarrollo turístico sostenible desde una perspectiva integral, teniendo en cuenta la vertiente económica, la social y la ambiental, apostando asimismo por maximizar los efectos económicos de un bien escaso como es el suelo, preservando el litoral y los recursos naturales, paisajísticos y culturales sobre los que se asienta la viabilidad a largo plazo del desarrollo turístico, y manteniendo además elementos característicos vinculados a los conceptos europeos de bienestar y seguridad. Así, hay que señalar que el enunciado de los principios rectores sobre los que se prevé desarrollar el plan, demuestran la sensibilidad y el compromiso del órgano promotor por el medio ambiente. Y lo mismo se puede decir de las estrategias y sus correspondientes programas de desarrollo, como, como indica su enunciado.

Por último en lo que se refiere a los impactos potenciales asociados genéricamente a la actividad turística, la evaluación del Plan prestará especial atención a los siguientes aspectos:

5.1 Impactos de sobreexplotación:

La necesidad de atender la enorme demanda de recursos de los turistas puede suponer una presión excesiva sobre el medio ambiente que puede traducirse en:

Sobreexplotación de recursos naturales renovables; en el caso de la actividad turística son ejemplos significativos las siguientes:

- Abastecimiento de agua potable: que puede suponer la extracción de recursos acuíferos subterráneos por encima de la recarga media anual o interanual, provocando un desequilibrio que se traduce en la continua merma del recurso disponible hasta su agotamiento, e indirectamente en los ecosistemas, en la biocenosis, en el paisaje, en los cultivos y en los usos del suelo. O la extracción de aguas de los cursos superficiales sin respetar los caudales "ecológicos.
- La pesca recreativa y caza, sobre especies protegidas, no cinegéticas, con artes y técnicas inadecuadas o en épocas inhábiles.
- Las prácticas de cultivo esquilmanes sobre la estructura y fertilidad del suelo o con una intensidad no acompañada a la capacidad de uso agrario del suelo.

Utilización de recursos no renovables que no se consumen cuando se utilizan; este tipo de recursos suelen ser de tipo cultural o científico que comportan una utilización turística: yacimientos paleontológicos, áreas de interés geológico, cuevas, yacimientos arqueológicos, etc.; el impacto significativo se produce cuando se supera su "cabida" ecológica o perceptual, o capacidad de carga: número de visitantes admisibles por unidad de tiempo y de superficie.

5.2 Impactos de ocupación:

Estos impactos se producen por la localización de los elementos físicos asociados a la actividad turística (hoteles, instalaciones turísticas, etc.), por transformación del espacio o por los cambio en los usos del suelo; suelen ser de carácter irreversible y, al venir denunciados externamente por la presencia de elementos o transformaciones físicas, muy evidentes. Puede manifestarse de distintas formas:

- Fragmentación de ecosistemas, paisajes y territorio.
- Efecto barrera para la fauna.
- Atracción de actividad hacia su entorno más o menos próximo.
- Presión sobre el entorno resultante del funcionamiento de una actividad, tal como ocurre con numerosos desarrollos turísticos en zonas frágiles, donde al problema causado por los edificios e instalaciones se añade el comportamiento de los turistas que utilizan vehículos todo terreno para acceder a cualquier lugar, recolectan elementos minerales o vegetales, etc.

5.3 Impactos de contaminación:

Estos impactos implican la superación de la capacidad de asimilación de los vectores ambientales, la cual se particulariza en capacidad dispersante de la atmósfera para el vector aire, capacidad de autodepuración para el vector agua y capacidad de procesado/filtrado para el vector suelo, y en su traducción a unos niveles de inmisión inaceptables:

- Contaminación del agua por vertido incontrolado de aguas residuales o insuficientemente tratadas.
- Contaminación acústica.
- Contaminación visual, producida por la introducción de elementos discordantes en el paisaje a consecuencia de su volumen, de su forma, de sus colores o de los materiales utilizados en su construcción, para edificios, o la presencia de carteles demasiado grandes o llamativos.
- Introducción de flora y fauna exóticas, intencionada o casual, tal como puede ocurrir con la utilización de especies foráneas en los complejos turísticos.
- Contaminación energética, calor, luminosidad nocturna.
- Contaminación olfativa, a causa de la presencia de elementos que emiten efluvios de olor desagradable.

Para evitar este tipo de impactos, tanto de los que se producen actualmente como de futuros, el Plan debe basar sus propuestas y su desarrollo en los criterios de sostenibilidad.

6. LOS EFECTOS PREVISIBLES SOBRE LOS ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DEL TERRITORIO, SOBRE LA PLANIFICACIÓN SECTORIAL IMPLICADA, SOBRE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y SOBRE LAS NORMAS APLICABLES.

La consecución del objetivo general del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía no es posible sin un respeto a los elementos estratégicos del territorio y a la planificación existente en la región; por otro lado el plan debe contribuir (y así se señala en los principios que rigen su formulación) al desarrollo regional y local.

En este sentido hay que señalar que el Plan se fundamenta en la dilatada y exitosa experiencia de concertación social de las políticas públicas con los agentes económicos y sociales en la comunidad autónoma andaluza, tanto a nivel general (Acuerdos de concertación Social de Andalucía) como, especialmente, en el ámbito de la política turística (Pactos Andaluces por el turismo). En este sentido, se integrarán los objetivos y líneas estratégicas recogidos en el IV Pacto Andaluz por el turismo, «Acuerdo por la Sostenibilidad, el empleo, la excelencia y la competitividad del Sector turístico Andaluz», firmado el 18 de febrero de 2013.

6.1 Efectos previsibles sobre los elementos estratégicos del territorio

A este respecto el Plan deberá reconocer la importancia de Andalucía en cuanto a biodiversidad y patrimonio cultural, elementos que pueden considerarse estratégicos de la comunidad.

Andalucía cuenta con 150 espacios protegidos, que abarcan casi 1,7 millones de hectáreas y casi el 20% del territorio andaluz y alrededor del 20% de la superficie nacional protegida. Las provincias de Jaén y Huelva, son las provincias con mayor superficie protegida, frente a Córdoba y Málaga, que cuentan 134 mil y 89 mil respectivamente.

El Plan deberá respetar los Planes de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN), los Planes Rectores de Uso y Gestión (PRUG), los Programas de Uso Público de los Parques naturales (PUP) de los espacios protegidos, así como los Planes de gestión que se hayan elaborado para los espacios Red Natura 2000.

Ilustración 3.- Principales valores naturales

Espacios Naturales Protegidos		
Parques Nacionales		
Parque Nacional de Sierra Nevada		
Parque Nacional de Doñana		
Parques Naturales		
Bahía de Cádiz	Sierra de Andújar	Sierra de las Nieves
Breña y Marismas del Barbate	Sierra de Aracena y Picos de Aroche	Sierra Mágina
Cabo de Gata-Níjar	Sierra de Baza	Sierra María-Los Vélez
Despeñaperros	Sierra de Cardeña y Montoro	Sierra Nevada
Doñana	Sierra de Castril	Sierra Norte de Sevilla
Estrecho	Sierra de Grazalema	Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas
Los Alcornocales	Sierra de Hornachuelos	Sierras de Tejeda, Almirajara y Alhama
Montes de Málaga	Sierra de Huétor	Sierras Subbéticas
Reservas Naturales		
Albufera de Adra	Isla de Enmedio	Laguna del Conde o Salobral
Cañada de los Pájaros	Laguna Amarga	Laguna del Gosque
Charca de Suárez	Laguna de El Portil	Laguna del Rincón
Complejo Endorreico de Chiclana	Laguna de Fuente de Piedra	Laguna del Tíscar
Complejo Endorreico de Espera	Laguna de la Paja	Laguna Honda
Complejo Endorreico de La Lantejuela	Laguna de la Ratosa	Lagunas de Archidona
Complejo Endorreico de Lebrija-Las Cabezas	Laguna de Las Canteras y El Tejón	Lagunas de Campillos
Complejo Endorreico de Puerto Real	Laguna de los Jarales	Marisma de El Burro
Complejo Endorreico de Utrera	Laguna de Medina	Peñón de Zaframagón
Complejo Endorreico del Prto de Sta. María	Laguna de Zóñar	Puerto Moral
Dehesa de Abajo	Laguna del Chinche	Punta Entinas-Sabinar
Espacios Red Natura 2000		
195 Lugares de Interés Comunitario (LIC)		
24 Zonas Especiales de Conservación (ZEC)		
63 Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA)		
Paisajes Protegidos		
Río Tinto	Corredor Verde del Guadiamar	
Otros Espacios Naturales Protegidos		
32 Parajes naturales	21 Parques periurbanos	
40 Monumentos naturales	5 Reservas naturales concentradas	

En lo que respecta a los valores culturales el Plan debe considerar parte de este patrimonio tanto los bienes materiales como los inmateriales, que completan un legado de saberes, conocimientos, prácticas sociales, usos y costumbres y ritos, a través de los cuales los colectivos se reconocen e identifican.

Ilustración 4.- Principales valores culturales

Patrimonio cultural			
Bienes de Interés Cultural			
Granada: Alpujarras, Valle de Lecrin y Altiplano de Granada Jaén: la zona de Ubeda y Baeza	Com. Subbetica Cordobesa Sierra de Aracena y Picos de Aroche Cuenca minera de Riotinto Aljarafe Campiña Cordobesa	Los Velez Serranía de Ronda Antequera Área metropolitana de Sevilla	
Edificios Singulares			
Granada: Alpujarras, Poniente Granadino y Guadix Almería: Almanzora, Desierto de Tabernas y Los Velez	Jaén: Entorno Ubeda – Baeza y Cazorla Málaga: Antequera y Axarquía Cádiz: Sierra de Cadiz	Huelva: Aracena y Picos de Aroche Sevilla: Bajo Guadalquivir y Serranía Suroeste	
Patrimonios Especiales			
Patrimonio Inmaterial Patrimonio Subacuático		Patrimonio Rupestre Patrimonio Industrial	
Bienes Patrimonio Mundial			
Centro Histórico de Córdoba Alhambra, Generalife y Albaicín de Granada	Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla Parque Nacional de Doñana	Arte Rupestre del Arco Mediterráneo de la Península Conjunto Monumentales Renacentistas de Úbeda y Baeza	
Otros			
Culturas del trabajo y saberes tradicionales	Artesanías	Gastronomía tradicional	Fiestas tradicionales

6.2 Efectos previsibles sobre la planificación sectorial implicada, sobre la planificación territorial y sobre las normas aplicables

El Plan deberá incorporar los principios derivados del marco normativo vigente sobre actividad turística, modelo territorial y urbanístico y medioambiente. Así, y sin perjuicio de todos aquellos instrumentos adicionales que tanto el Órgano promotor como el Órgano ambiental consideren oportunos, el Plan deberá considerar los siguientes documentos que se relacionan en la tabla siguiente.

Ilustración 5.- Instrumentos de planificación sectorial implicados

Medio Ambiente	General	Plan de Medio Ambiente de Andalucía Horizonte 2017 Planes Especiales de Protección del Medio Físico Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de la Geodiversidad (2010-2018)
	Agua	Planes Hidrológicos de las Demarcaciones Hidrográficas Intracomunitarias de Andalucía Planes Hidrológicos de las Demarcaciones Hidrográficas Intercomunitarias (Guadalquivir, Guadiana, Segura) Planes especiales de sequía Plan de Prevención de Avenidas e Inundaciones en Cauces Urbanos Andaluces
	Atmósfera	Planes de Mejora de Calidad del Aire

	Biodiversidad	Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de la Biodiversidad Planes de recuperación y conservación de especies Plan CUSSTA: Plan de Conservación y Uso Sostenible de Setas y Trufas de Andalucía
	Espacios Protegidos	Planes de Desarrollo Sostenible (PDS)
	Paisaje	Estrategia de Paisaje de Andalucía
	Calidad Ambiental	Planes de Calidad Ambiental (Huelva y su entorno, Campo de Gibraltar)
	Caza y Pesca	Plan Andaluz de Caza (2007-2017) Planes de Caza de Área Cinegética Planes integrados de caza en terrenos afectados por incendios forestales Plan de Gestión y Reintroducción del Corzo en Andalucía Programa de Gestión de la cabra montés en Andalucía Plan de Gestión de la Anguila
	Clima	Plan de Acción por el Clima Estrategia Andaluza ante el Cambio Climático
	Humedales	Plan Andaluz de Humedales
	Montes	Plan Forestal Andaluz Horizonte 2015 Plan de Emergencia por Incendios Forestales de Andalucía (Plan INFOCA)
	Residuos	Plan Director Territorial de Gestión de Residuos No Peligrosos de Andalucía, 2010-2019 Plan de Prevención y Gestión de Residuos Peligrosos de Andalucía, 2012-2020
	Suelo	Plan Andaluz de Control de la Desertificación
	Vías Pecuarias	Plan de Ordenación y Recuperación de las Vías Pecuarias de Andalucía
	Formación	Plan Andaluz de Formación Ambiental Estrategia Andaluza de Educación Ambiental
	Inspecciones Medioambientales	Plan Anual de Inspecciones Medioambientales Planes Sectoriales de Inspecciones Medioambientales
Ordenación del Territorio	Ordenación del territorio	Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA) Planes de Ordenación del Territorio de ámbito Subregional
Turismo	Turismo	Plan General de Turismo Sostenible 2014-2020 Plan Estratégico contra la Estacionalidad Plan de Marketing 2013-2016 III Plan de Calidad Turística de Andalucía Plan Director de Ferias, Congresos, Reuniones e Incentivos

Agricultura y Desarrollo Rural	Agricultura	<p>Plan Estratégico para la Agroindustria Andaluza: horizonte 2013</p> <p>II Plan Andaluz de la Agricultura Ecológica (2007- 2013)</p> <p>Plan de Medidas para la Mejora de la Financiación del Sector Agrario (M.A.R.M)</p> <p>Estrategia Andaluza Para La Incentivación De La Calidad Del Aceite De Oliva</p> <p>Plan Director del Olivar</p> <p>Plan Director de las dehesas de Andalucía</p>
	Desarrollo Rural	<p>Programa de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS)</p> <p>Planes de Zona en Andalucía</p> <p>Proyecto NERA (Nueva Estrategia Rural para Andalucía)</p> <p>Plan de Choque por el Empleo en Andalucía</p>