

MEMORIA ABREVIADA DE ANÁLISIS DEL IMPACTO NORMATIVO DEL PROYECTO DE ORDEN POR LA QUE SE REGULAN LOS PREMIOS DEL TURISMO DE ANDALUCÍA

1. JUSTIFICACIÓN DE LA MEMORIA ABREVIADA

Esta memoria se elabora de forma abreviada ya que por este Centro directivo se aprecia que el proyecto normativo citado no tiene un impacto significativo de carácter económico, presupuestario, social, sobre cargas administrativas o cualquier otro, en virtud de lo establecido en el artículo 7bis del Decreto 622/2019, de 27 de diciembre, de administración electrónica, simplificación de procedimientos y racionalización organizativa de la Junta de Andalucía.

No tiene un impacto significativo sobre los sectores, colectivos o agentes afectados, dado que su objeto se limita a regular el procedimiento de concesión de los Premios «Andalucía del Turismo», destinados a reconocer públicamente la labor desempeñada de forma meritoria y relevante por aquellas personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que hayan contribuido a destacar la calidad y la excelencia de Andalucía como destino turístico. Por tanto, su impacto está acotado a las personas o entidades que resulten galardonadas con los premios, que no influirán de manera relevante en la actividad económica del sector turístico.

Tampoco presenta un impacto económico, toda vez que los premios tienen carácter honorífico, careciendo de dotación económica.

Tampoco tiene impacto de género significativo, aunque se considera pertinente al género, con arreglo a lo indicado en el apartado 6 de esta memoria.

Por último, tampoco tendrá impacto a otros niveles relevantes, dado el carácter limitado del alcance de la norma, restringiendo su objeto a la regulación de un distintivo honorífico sin llevar a cabo una ordenación directa de la actividad turística.


2. OPORTUNIDAD DE LA NORMA.

2.1. Los problemas que se pretenden resolver o las situaciones que se prevén mejorar con la aplicación de la norma

La propuesta normativa persigue darle un nuevo enfoque a los Premios Andalucía del Turismo superando el de la Orden de 6 de noviembre de 2020. La nueva orden adapta la regulación de los premios a los nuevos requerimientos de la actividad turística y la dota de una mayor racionalidad y simplificación administrativa.

2.2 Los motivos de interés general que justifiquen la aprobación de la norma

Los Premios Andalucía del Turismo suponen un reconocimiento a todo el sector turístico en su conjunto y, más concretamente, a aquellas personas profesionales, empresarias, trabajadoras o instituciones que, con su esfuerzo y dedicación, contribuyen a la consolidación del prestigio y el reconocimiento de Andalucía como destino turístico de excelencia, una actividad que es vital para la economía andaluza.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 1/22	

La concesión de estos premios también contribuirá a la labor de promoción de Andalucía como destino turístico puesto que las distintas modalidades de los premios ponen de relieve aquellas iniciativas, prácticas, productos y proyectos que hacen que Andalucía se identifique como un destino de calidad, cada vez más comprometido con la sostenibilidad, la innovación, la inclusividad y la excelencia turística.

2.3 Los objetivos que se persiguen

La orden objeto de esta memoria tiene los siguientes objetivos:

- Crear un distintivo como reconocimiento a todo el sector turístico contribuyendo a la puesta en valor del turismo como sector económico estratégico de Andalucía.
- La promoción de Andalucía como destino turístico de excelencia.

2.4 Alternativas de regulación

La alternativa regulatoria consistente en aprobar una orden de modificación parcial de la Orden de 6 de noviembre de 2020, por la que se regulan los Premios Andalucía del Turismo, no se ha considerado pertinente, toda vez que la mayoría de sus preceptos se verían afectados.

Se ha optado por la aprobación de una nueva regulación mediante orden de los Premios Andalucía del Turismo, a fin de garantizar un marco normativo estable, predecible, integrado, claro y de certidumbre, que facilite su conocimiento y comprensión.


2.5 Justificación de adecuación de la norma a los principios de buena regulación

- **Principio de necesidad y eficacia:** el proyecto de orden está justificado en el interés general, al suponer la creación de un distintivo que funciona como reconocimiento a todo el sector turístico contribuyendo a la puesta en valor del turismo como sector económico estratégico de Andalucía así como a la promoción de Andalucía como destino turístico de excelencia.

- **Principio de proporcionalidad:** el proyecto de orden contiene la regulación imprescindible para atender la necesidad a cubrir con la norma. No supone una medida restrictiva de derechos y no impone obligaciones a los destinatarios, sino todo lo contrario, pretende ser un reconocimiento a todas aquellas personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que hayan contribuido a destacar la calidad y la excelencia de Andalucía como destino turístico.

- **Principio de seguridad jurídica:** el proyecto de orden es coherente con el resto del ordenamiento jurídico autonómico, nacional y de la UE. La norma resulta clara y predecible, lo que facilita a las personas destinatarias sus actuaciones en el ejercicio de sus derechos e intereses legítimos.

- **Principio de eficiencia:** el proyecto normativo, con su regulación y rango normativo, cumple con dicho principio, puesto que es el medio más adecuado y sencillo para cumplir los objetivos propuestos.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 2/22	

3. RÉGIMEN DE DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 37.1.14º, 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. Asimismo, en su artículo 71, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo que incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción del sector turístico, funciones que conforme a lo previsto en el Decreto del Presidente 6/2024, de 29 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, desempeña la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía. Concretamente, de acuerdo con el artículo 8.1.c) del Decreto 166/2024, de 26 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, corresponde a la persona titular de la Dirección General de Turismo la elaboración y tramitación de las disposiciones de carácter general y de los instrumentos de colaboración, directrices, planes y programas en materia de turismo.

La Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, establece como objeto de la norma la ordenación, la planificación y la promoción del turismo sostenible, señalando entre sus finalidades la promoción de Andalucía como destino turístico, atendiendo a la realidad cultural, medioambiental, económica y social, favoreciendo la desestacionalización y garantizando el tratamiento unitario de su marca turística.

De esta forma, dedica el Capítulo I de su Título VI a la regulación de la promoción de los recursos turísticos de la Administración turística de la Junta de Andalucía, estableciendo en el artículo 56.5, como uno de los principios de actuación en materia de promoción turística, la posibilidad de crear y otorgar distintivos, así como conceder medallas, premios y galardones, en reconocimiento y estímulo a las actuaciones desarrolladas en favor del turismo, mediante la correspondiente regulación que objetive los criterios y procedimientos.

4. LISTADO DE NORMAS DEROGADAS.


Se deroga la Orden de 6 de noviembre de 2020, por la que se regulan los Premios andalucía del Turismo.

5. IMPACTO ECONÓMICO-FINANCIERO Y PRESUPUESTARIO.

Este proyecto de orden carece por si mismo de impacto económico o presupuestario, ya que los premios, en sus diversas modalidades, tienen carácter honorífico, careciendo de dotación económica. Igualmente se prevé que la actividad de los miembros del Jurado no sea retribuida.

6. IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO, EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA Y EN LA FAMILIA.

La Constitución Española, en su artículo 148.1.18ª, establece que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial. En este sentido, el Estatuto de Autonomía para Andalucía en su artículo 71 atribuye a la Comunidad Autónoma de Andalucía la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, entre otros aspectos, la ordenación y la planificación del sector turístico. Asimismo, el artículo 37 del Estatuto reconoce como uno de los principios rectores que deben orientar las políticas públicas en Andalucía el fomento del sector turístico como elemento económico estratégico, desempeñando el turismo sostenible un papel relevante en la defensa del medio ambiente, junto a otros sectores económicos vinculados al desarrollo sostenible, según su artículo 197.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 3/22	

Sobre la base de los anteriores títulos competenciales, se aprobó la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, cuyo artículo 11 dispone que el Plan General del Turismo es el instrumento básico y esencial en la ordenación de los recursos turísticos de Andalucía, debiéndose ajustar cualquier instrumento de planificación que se desarrolle en materia de turismo a las especificaciones y directrices que se contemplen en el mismo.

Por otro lado, la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, indica en su artículo 5 que los poderes públicos potenciarán que la perspectiva de la igualdad de género esté presente en la elaboración, ejecución y seguimiento de las disposiciones normativas. Asimismo, el artículo 6 establece que los poderes públicos de Andalucía incorporarán la evaluación del impacto de género en el ejercicio de sus competencias.

El desarrollo reglamentario de dicha disposición se ha visto plasmado en el Decreto 17/2012, de 7 de febrero, por el que se regula la elaboración del Informe de Evaluación del Impacto de Género, estableciéndolo como instrumento para garantizar la integración del principio de igualdad en el desarrollo de las competencias de los poderes públicos de Andalucía. La emisión del mismo corresponderá al centro directivo competente para la iniciación del procedimiento de elaboración de la disposición que se trate.

Por todo lo anterior, la Dirección General de Turismo evalúa el impacto de género sobre el Proyecto de Orden por la que se regulan los Premios Andalucía del Turismo.


6.1 Identificación de la pertinencia de género

El turismo se ha convertido desde hace años en una de las principales actividades generadoras de empleo y riqueza en Andalucía, en un sector estratégico que impulsa el crecimiento económico en nuestra Comunidad. Andalucía registró sus mejores datos turísticos en 2019, con la llegada de 32,5 millones de turistas, lo que supuso un crecimiento del 6,1% respecto al año anterior, y con unos ingresos de 22.640 millones de euros, un 3,7% más que en 2018.

No obstante, la crisis sanitaria mundial derivada del COVID-19 tuvo un impacto económico muy importante en el sector turístico, siendo uno de los sectores económicos que más se vio afectado por la pandemia. Las restricciones a la movilidad impuestas en gran parte del año 2020 para combatir el coronavirus tuvieron como consecuencia una reducción muy drástica en el número de turistas que recibió Andalucía, cuya cifra se situó próxima a los 13.390.000, lo que supuso, aproximadamente, una disminución de 19 millones de turistas respecto al año anterior.

El turismo es una actividad dinámica que se ve afectada por los cambios y tendencias que se producen en su entorno, siendo especialmente sensible a una serie de condicionantes externos como pueden ser la situación económica y medioambiental, la estabilidad y seguridad del destino o las condiciones de salud pública. En este sentido, la pandemia internacional del coronavirus COVID-19 ha puesto de manifiesto la especial vulnerabilidad de un sector como el turístico, basado en los desplazamientos y el contacto entre personas.

Una vez superada la pandemia, el sector turístico ha ido recuperándose poco a poco, aunque todavía no se han alcanzado los niveles de 2019 en todos los parámetros analizados: llegadas de turistas, ingresos,

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDMSMJF	PÁG. 4/22	

empleo, pernoctaciones, etc. Así, los datos de 2022 recogen que Andalucía recibió 30,8 millones de turistas, lo que representa un incremento del 53,7% respecto a los datos de 2021, y obtuvo unos ingresos por turismo de 16.112 millones de euros, lo que supone un crecimiento nominal del 46,2% y un incremento de la tasa real del 35,5%.

El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, principal instrumento de planificación turística de nuestra Comunidad, tiene entre sus objetivos superiores, garantizar un modelo de desarrollo turístico basado en un espacio de integración y excelencia y una oferta turística y de ocio inclusiva, accesible y multigeneracional en la que primen los valores autóctonos, o potenciar estrategias orientadas a reducir la estacionalidad de la actividad turística mediante la creación de productos y el desarrollo de segmentos que puedan implantarse a lo largo de todo el año y que contribuyan a la cohesión territorial.

Así, este proyecto normativo tiene por objeto dar visibilidad a los distintos actores de la actividad turística mediante la concesión de premios en diferentes modalidades.

6.2 Valoración previa del impacto de género en la norma

Antes de proceder al análisis estadístico de la realidad turística, se ha de señalar que los años 2020 y 2021 fueron años en los que, como ya se ha expuesto, la actividad turística se vio seriamente afectada por la crisis sanitaria y socioeconómica derivada del coronavirus, por lo que en numerosas ocasiones se tome como referencia la comparativa con los datos registrados en 2019, por ser los últimos datos disponibles en su conjunto en los que la actividad turística pudo desarrollarse con normalidad antes del estallido de la pandemia del COVID-19.

A continuación, se analizan desde el punto de vista de género distintos aspectos de la actividad turística.


6.2.1. En relación con las personas usuarias en Andalucía:

La demanda turística en Andalucía llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2012 hasta alcanzar la cifra histórica en 2019 de 32,5 millones de turistas. El año 2020 arrancó de manera positiva hasta la interrupción total de la actividad turística en la segunda mitad del mes de marzo. Esto supuso un punto de inflexión y aunque la actividad turística se reanudó en el tercer trimestre, las diferentes restricciones y medidas impuestas a la movilidad como consecuencia de la evolución de la pandemia, tanto en el destino andaluz como en los principales mercados emisores, afectaron al turismo y provocaron que el año 2020 se cerrara con un total de 13,3 millones de turistas, un descenso del 59% respecto a 2019.

Los datos reflejan que de los 13,3 millones de turistas que visitaron Andalucía en 2020, el porcentaje de mujeres (51,5%) fue algo más elevado que el de hombres (48,5).

El año 2021 ha sido un año de transición hacia la vuelta a la normalidad, donde Andalucía recibió un total de 20 millones de turistas, cifra superior en un 49,4% respecto a la de 2020, pero aún lejos de los niveles de 2019, ya que supone el 61% de la cifra registrada en dicho año.

El perfil sociodemográfico del turista que visitó Andalucía en 2021 se caracteriza un porcentaje algo más elevado de mujeres, un 51,1%, que de hombres, un 48,9%.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 5/22	

Acto seguido pasamos a exponer algunos aspectos diferenciales por género respecto al total de turistas:

Los viajes de trabajo y negocio presentan una menor relevancia para las mujeres. El 14,1% de los hombres vienen a Andalucía motivados por este tipo de viaje, porcentaje que se reduce al 7,7% en el caso de las mujeres a favor de los viajes de ocio y vacaciones.

El componente cultural del viaje toma mayor protagonismo para las mujeres. Esto se observa tanto en los factores que les hizo elegir Andalucía como destino del viaje (el 25,9% de las mujeres consideran la visita a monumentos como un factor que han tenido en cuenta en su elección mientras que este porcentaje se reduce al 18,6% en el caso de los hombres), como en las actividades que desarrollan en su viaje (el 30,1% de las mujeres realizaron alguna actividad cultural en Andalucía frente al 17% de los hombres).

Las mujeres son más independientes a la hora de organizar el viaje ya que el 90,9% de las mujeres organizan su viaje a Andalucía de manera particular frente a un 85,7% de los hombres.


Las mujeres gastan al día 1,36 euros menos que los hombres. Sin embargo, permanecen un día más en el destino turístico andaluz. Esto implica que el gasto por estancia es superior en las mujeres, que se sitúa en 479 euros frente a los 409 euros de los hombres.

Estancia, gasto y distribución del gasto en Andalucía según género. Total. Año 2021

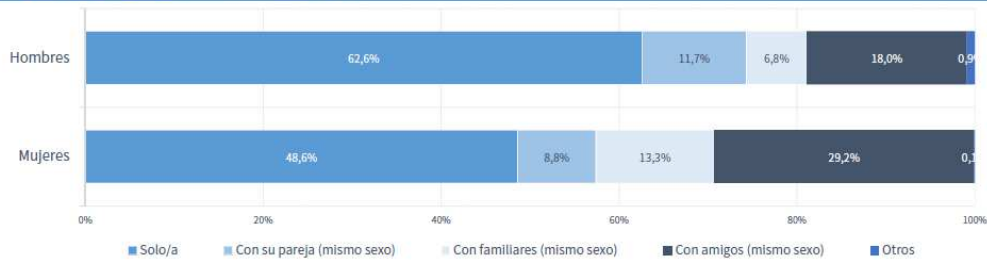


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Del total del gasto en destino, los hombres gastan un mayor porcentaje en alojamiento que las mujeres, mientras que el porcentaje que las mujeres dedican a restauración y actividades de ocio es superior al que destinan los hombres.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDMSMJF	PÁG. 6/22	

Grupo de viaje según género. Total. Año 2021



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Las mujeres presentan una edad media más avanzada que los hombres. El 32,8% de las mujeres que viajan solas o en grupo de mismo sexo tienen más de 45 años mientras que en el caso de los hombres este porcentaje se reduce al 21,3%.

6.2.2. En relación con las personas trabajadoras en la industria turística en Andalucía:

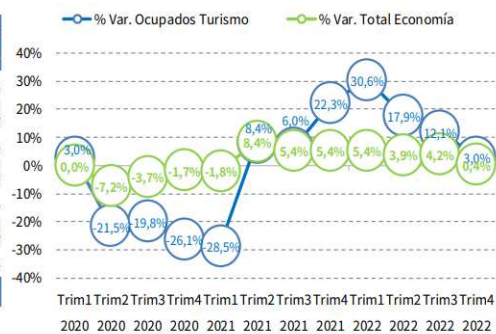
Para el año 2022 se cifra en 408.300 la media de ocupados y ocupadas en actividades turísticas en Andalucía, un 14,8% más que en el año anterior (52.600 ocupados/as más en términos absolutos). Esta población ocupada representa el 12,5% de los 3,26 millones de ocupados y ocupadas de la Comunidad.

El incremento de la ocupación en la industria turística a lo largo del año 2022, dato que se sitúa en el 14,8%, ha superado ampliamente al crecimiento en este periodo de la ocupación del sector servicios, 5,6%, y del total de ocupados y ocupadas en Andalucía, un 3,4%. Después de los descensos sin precedentes registrados en el empleo turístico durante el año 2020 y el primer trimestre de 2021 por el impacto de la pandemia de COVID-19, se computan tasas positivas, si bien el nivel de ocupación sigue siendo un 3,8% inferior al de antes de la crisis sanitaria, 424.500 empleos en turismo en el año 2019.

Población ocupada de Andalucía por sectores económicos y variación interanual. Año 2022

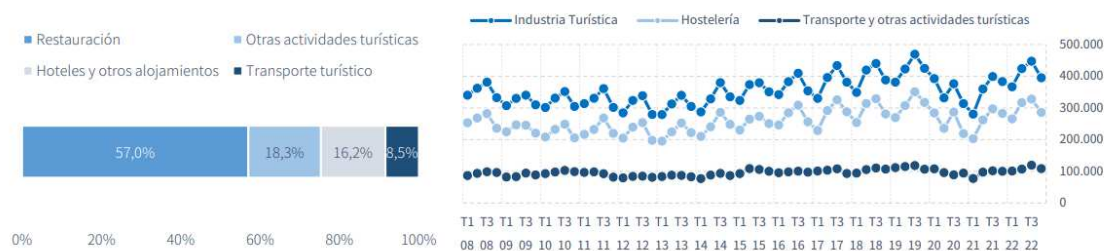
	Ocupados (miles)	Cuota %	Var. 22/21 %	Diferencias 22/21 (miles)	Var. 22/19 %
Agricultura y Pesca	241,7	7,4%	-11,9%	-32,7	-5,3%
Industria	297,9	9,1%	1,8%	5,3	1,4%
Construcción	219,2	6,7%	1,4%	3,0	6,1%
Ind. Turística	408,3	12,5%	14,8%	52,6	-3,8%
Resto de Servicios	2.092,4	64,2%	4,0%	80,3	7,9%
Servicios	2.500,7	76,7%	5,6%	132,9	5,8%
Total Economía	3.259,5	100,0%	3,4%	108,4	4,5%

Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte a partir de EPA, INE.



Las actividades características del turismo se pueden agrupar en cuatro grandes ramas: hoteles y otros alojamientos, restauración, transporte turístico y otras actividades turísticas. La rama que da empleo a un mayor número de trabajadores y trabajadoras en Andalucía es, un año más, la restauración, ya que representa el 57% de toda la población ocupada en actividades turísticas de Andalucía del año 2022.

Población ocupada en ramas de actividad de la Industria Turística de Andalucía. Distribución porcentual para el año 2022 y evolución 2008-2022




Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

En 2022, la hostelería, que comprende las actividades de alojamiento y restauración, ha registrado un incremento en su población ocupada del 14,4%. Sin embargo, este aumento no ha sido suficiente para recuperar el nivel pre-pandemia, ya que aún se está un 3,9% por debajo del nivel de 2019. La ocupación en el resto de ramas (conjunto de transporte turístico y otras actividades turísticas) también crece con similar intensidad, un 15,8%, situándose un 3,5% por debajo de la cifra de 2019.

Se observa en los datos trimestrales que el mayor volumen de ocupación se alcanza en el tercer trimestre de cada año, es decir, en los meses estivales, reflejo de la fuerte componente estacional que caracteriza a la actividad turística, excepto en 2020, ya que, debido a las excepcionales circunstancias acaecidas en ese año, el mayor volumen de ocupados se alcanzó en el primer trimestre.

La ocupación en la industria turística de Andalucía del año 2022 se compone de un 54% de hombres (220.500 ocupados) frente a un 46% de mujeres (187.900 ocupadas). Respecto al año anterior, ha aumentado la población ocupada de ambos sexos, pero el ascenso ha sido algo menor para los hombres, un 13,4%, que para las mujeres, que han registrado un incremento del 16,4%.

La crisis económica y financiera de 2008 afectó en los primeros años con más intensidad al empleo femenino. En el intervalo 2009-2015, con la salvedad del año 2012, la ocupación femenina evolucionó peor que la masculina. La situación cambió en el intervalo 2016-2019, registrando el empleo femenino crecimientos más intensos, lo que les permitió, no ya recuperar, sino incluso incrementar su presencia en la mano de obra del sector, equilibrándose las cuotas de hombres y mujeres en el total de ocupación, 52% de ocupados y 48% de ocupadas en el año 2019. La crisis del coronavirus volvió a aumentar la brecha entre ocupadas y ocupados en el sector en 2020, y la mantuvo en 2021, 54,6% de ocupados y 45,4% de ocupadas. En el año 2022, la mejor evolución del empleo femenino ha permitido recortar las diferencias de ocupación.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSSZDKJXDSMJF	PÁG. 8/22	

En 2022, el número de hombres ocupados supera al de mujeres ocupadas en la mayoría de las ramas, con la única excepción de la rama de hoteles y otros alojamientos. Esta es una característica estructural del sector turístico andaluz.

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según sexo. Evolución 2008-2022
Distribución porcentual según sexo y ramas de actividad turística. Año 2022




Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA. INE

También se observa en 2022 un reparto desigual de ocupados y ocupadas por ramas de actividad turística: es elevada la presencia de mujeres en las ramas de restauración o en hoteles y otros alojamientos, y muy baja en la rama del transporte turístico. Para los hombres ocupados, aunque la restauración también es la rama más importante, el resto se distribuyen más uniformemente entre las restantes ramas.

Este reparto desigual por ramas forma parte de la estructura del empleo del sector y ha permanecido sin cambios considerables en los últimos años, incluidos los de la pandemia.

En cuanto a lo que respecta a las afiliaciones a la seguridad social, la industria turística andaluza ha registrado en el año 2022 una media anual de 358.100 afiliaciones en alta laboral, lo que representa el 10,9% de las afiliaciones del conjunto de la economía andaluza. La afiliación en turismo ha aumentado un 14,2% respecto al año anterior, un crecimiento superior al registrado en el sector servicios, que creció un 5%, o en el global de la economía, que aumentó un 3,1%. Este crecimiento ha sido suficiente para recuperar el nivel pre-covid, ya que está un 2% por encima de la cifra de 2019.

Con 227.700 afiliaciones, la restauración es la rama turística que ha registrado un mayor número de afiliaciones, pues supone el 63,6% del total de afiliaciones registradas en el sector turístico de la Comunidad del año 2022. El resto de afiliaciones del sector se reparte entre hoteles y otros alojamientos (15,2%), transporte turístico (7,6%) y otras actividades turísticas (13,7%). En todas las ramas de actividad turística ha aumentado el número de afiliaciones respecto al año anterior, destacando hoteles y otros alojamientos, con un incremento del 25,2%, la rama que más descendió en 2020. Todas las ramas superan el nivel pre-pandemia.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSSZDKJXDSMJF	PÁG. 9/22	

Afiliaciones a la Seguridad Social en la Industria Turística de Andalucía por ramas y evolución interanual. Año 2022

	Afiliaciones (miles)	Cuota en %	Var. en % 22/21	Var. en % 22/19
Hoteles y otros alojamientos	54,4	15,2%	25,2%	2,9%
Restauración	227,7	63,6%	11,6%	1,2%
Transporte turístico	27,1	7,6%	16,7%	6,3%
Otras actividades turísticas	48,9	13,7%	13,8%	2,1%
Industria Turística	358,1	100,0%	14,2%	2,0%
Industria Turística	358,1	10,9%	14,2%	2,0%
Sector Servicios	2.318,0	70,9%	5,0%	6,2%
Total Economía	3.271,4	100,0%	3,1%	3,6%

Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

En 2022, las afiliaciones a la Seguridad Social en la industria turística se dividen casi a partes iguales entre el interior (49,4%) y el litoral de Andalucía (50,5%). Respecto al año anterior, las afiliaciones han aumentado con más intensidad en el litoral, donde han registrado un incremento del 15,6%, que en el interior de la Comunidad, con un crecimiento del 12,8%, si bien ambas zonas se encuentran ya por encima del nivel de 2019. Esta distribución territorial que inicialmente parece muy equilibrada, en realidad no lo es, pues los municipios de litoral solo suponen el 9,2% de la extensión total de Andalucía y comprenden el 34,7% de la población de la Comunidad, lo que evidencia el nivel de concentración de la actividad turística en el litoral andaluz.


En 2022, la mayoría de las afiliaciones a la Seguridad Social en la industria turística andaluza corresponde a hombres, 53,9%, 193.000 afiliaciones, a trabajadores y trabajadoras de 45 años y más, 39,3%, 140.700 afiliaciones, y de nacionalidad española, 86,6%, 310.000 afiliaciones. Respecto al año 2021, ha crecido tanto la afiliación masculina como la femenina, si bien este ascenso ha sido más intenso entre las mujeres, que ha registrado un incremento del 17%.

La distribución por sexo y zona no difiere de la que presenta el conjunto de la región. En el interior, la proporción de afiliado jóvenes es superior que en el litoral, y al revés ocurre con los afiliados de 30 a 44 años. En el litoral, la proporción de afiliados de nacionalidad extranjera supera ampliamente a la del interior. Los crecimientos respecto a 2021 han sido generalizados por zona y características personales, pero mayores en el litoral.

Afiliaciones a la Seguridad Social en la Ind. Turística de Andalucía según características personales y zona. Año 2022

	Afiliaciones (miles)			Cuota en %			Variación en % 22/21			Variación en % 22/19		
	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía
Hombres	95,2	97,6	193,0	53,8%	53,9%	53,9%	10,5%	13,1%	11,8%	-1,0%	1,9%	0,5%
Mujeres	81,7	83,4	165,1	46,2%	46,1%	46,1%	15,5%	18,5%	17,0%	3,1%	4,4%	3,8%
16-29 años	43,9	41,1	85,1	24,8%	22,7%	23,8%	24,4%	24,3%	24,4%	1,3%	0,1%	0,7%
30-44 años	63,4	68,8	132,3	35,8%	38,0%	36,9%	8,9%	12,6%	10,8%	-6,4%	-3,0%	-4,6%
45 y más años	69,6	71,0	140,7	39,3%	39,3%	39,3%	9,8%	13,8%	11,8%	8,2%	11,7%	10,0%
Españoles	161,8	148,0	310,0	91,5%	81,8%	86,6%	11,9%	13,9%	12,8%	-0,3%	1,7%	0,7%
Extranjeros	15,0	33,0	48,0	8,5%	18,2%	13,4%	23,2%	23,5%	23,4%	16,0%	9,5%	11,5%
Total afiliaciones	176,9	181,0	358,1	100,0%	100,0%	100,0%	12,8%	15,6%	14,2%	0,9%	3,0%	2,0%

Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 10/22	

La distribución y evolución de la afiliación en las provincias según las características personales reproduce el patrón observado para el conjunto de Andalucía sin apenas desviaciones: en todas las provincias andaluzas la afiliación masculina del sector turístico supera a la femenina, siendo esta última la que mejor ha evolucionado en 2022. Es en Jaén donde mayor peso presentan las afiliadas en el total de la afiliación del sector turístico de la provincia, con un 48,4%.

Afiliaciones a la Seguridad Social en la Ind. Turística de Andalucía según características personales y provincia. Año 2022

	Cuota en %									Variación interanual en %								
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Hombres	51,7%	52,6%	55,1%	55,5%	52,4%	51,6%	54,3%	54,8%	53,9%	11,3%	8,6%	10,9%	12,2%	11,4%	9,4%	15,2%	10,3%	11,8%
Mujeres	48,3%	47,4%	44,9%	44,5%	47,6%	48,4%	45,7%	45,2%	46,1%	15,0%	15,3%	15,0%	17,5%	17,3%	16,5%	20,1%	15,0%	17,0%
16-29 años	25,2%	23,3%	23,5%	24,8%	23,7%	23,2%	21,6%	26,6%	23,8%	20,4%	17,6%	27,7%	29,4%	18,6%	19,0%	29,5%	23,8%	24,4%
30-44 años	35,2%	38,1%	34,8%	36,5%	36,2%	35,3%	38,0%	36,5%	36,9%	10,3%	8,2%	9,5%	10,7%	11,6%	10,1%	14,6%	7,8%	10,8%
45 y más años	39,6%	38,6%	41,7%	38,7%	40,1%	41,5%	40,4%	37,0%	39,3%	11,3%	11,8%	8,2%	10,0%	13,9%	11,7%	14,2%	9,8%	11,8%
Españoles	78,6%	92,7%	94,2%	89,3%	89,9%	94,9%	77,9%	91,7%	86,6%	11,5%	11,3%	12,0%	13,5%	12,9%	12,1%	15,4%	11,3%	12,8%
Extranjeros	21,4%	7,3%	5,8%	10,7%	10,1%	5,1%	22,1%	8,3%	13,4%	19,4%	16,0%	24,1%	23,5%	26,3%	25,4%	24,8%	26,2%	23,4%

Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

6.2.3. Medidas y mecanismos dirigidos a reducir o eliminar diferencias

En el proyecto normativo que ahora se tramita se tiene en consideración lo establecido tanto en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, como en la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, de forma que:

- La Consejería de Turismo y Andalucía Exterior promoverá la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las mujeres y de los hombres en las campañas de promoción e información que se lleven a cabo de Andalucía.


Por último, señalar que el presente proyecto normativo se ha elaborado siguiendo las previsiones de la Orden de 24 de noviembre de 1992, conjunta de la Consejería de Gobernación y de la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía, sobre la eliminación del lenguaje sexista en los textos y documentos administrativos.

Igualmente, el impacto en la infancia, la adolescencia y la familia del proyecto de orden es neutro.

7. MEDIOS ELECTRÓNICOS.

Los formularios de presentación de candidaturas, acompañados de la documentación correspondiente, se presentarán en el Registro Electrónico Único de la Junta de Andalucía, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa estatal básica y andaluza de desarrollo sobre el procedimiento administrativo común.

8. ESTRUCTURA, DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN Y CONSULTAS REALIZADAS.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSSZDKJXDSMJF	PÁG. 11/22	

8.1. Estructura.

El proyecto de orden consta de Parte expositiva, 10 artículos, una Disposición adicional única, una Disposición derogatoria única y dos disposiciones finales, con el siguiente contenido:

El artículo primero determina el objeto de la norma.

El artículo segundo se refiere a la naturaleza de los premios.

El artículo tercero recoge las diferentes modalidades.

El artículo cuarto regula las candidaturas.

El artículo quinto recoge el lugar, plazo y forma de presentación de candidaturas.

El artículo sexto regula la documentación a presentar.

El artículo séptimo se ocupa del Jurado.

El artículo octavo se refiere al Fallo y su publicación.

El artículo noveno trata la periodicidad y los efectos.

El artículo décimo regula la entrega de premios.

La disposición adicional única recoge la inclusión en el Catálogo de premios de Andalucía.

La disposición derogatoria única prevé la derogación expresa de la Orden de 6 de noviembre de 2020, de Premios Andalucía del Turismo.

La disposición final primera habilita para realizar cuantas actuaciones sean necesarias para a ejecución y desarrollo del proyecto de orden.


La disposición final segunda regula la entrada en vigor de la norma.

8.2. Descripción de la tramitación.

En la tramitación del proyecto normativo de referencia se seguirá la Instrucción 1/2013, de 21 de octubre, de la Viceconsejería de Educación, Cultura y Deporte, sobre elaboración de disposiciones de carácter general, y se solicitarán los informes preceptivos siguientes:

- Informe de Validación de la Secretaría General Técnica.

Conforme a lo indicado en el apartado C).I.3 de la Instrucción 1/2013, de 21 de octubre, la documentación del expediente "se enviará a la Secretaría General Técnica para que por parte

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 12/22	

del Servicio competente en materia de legislación se proceda a su validación y corrección técnica de los aspectos formales y competenciales del texto (remitir borrador en formato papel y por correo electrónico simultáneamente), así como a comprobar que la documentación preceptiva está completa y cumple los requisitos exigidos en la normativa que le resulte de aplicación".

Con fecha 31 de julio de 2024 el Servicio de Planificación Turística solicitó el informe de referencia, **siendo emitido con fecha 19 de septiembre de 2024** por el Servicio de Legislación y Recursos de la SGT.

Con relación a las observaciones formuladas por la Secretaría General Técnica al Proyecto de Orden de referencia y a las memorias e informes complementarios remitidos, se incorporan las recomendaciones formuladas, realizando las siguientes consideraciones:

Primero. Párrafo tercero del Preámbulo.

Se considera improcedente suprimir el párrafo de referencia, pues en él se indica el artículo 56.5 de la Ley del Turismo de Andalucía, que es el que habilita para la aprobación de la presente disposición de carácter general.

Segundo. Artículo 4.4.


Este centro directivo considera que se respeta la imparcialidad en la selección de las personas candidatas cuando se exige que éstas, aparte de las tareas que estén realizando durante el ejercicio de los cargos que se mencionan en el artículo de referencia, hayan destacado por su aportación continua y relevante al desarrollo turístico de Andalucía.

Igualmente, contribuye a la garantía de imparcialidad el hecho de que el Jurado emite un fallo que debe ser motivado y en el que deben aparecer expresamente reseñados los méritos valorados.

Tercero. Trámite de audiencia e información pública.

Conviene incidir en la argumentación contenida en el Informe sobre la innecesariedad el trámite de audiencia e información pública. El proyecto de orden no afecta a los derechos e intereses legítimos de las personas, en la medida en que no se entiende que las personas tengan un derecho subjetivo o interés legítimo a ser premiadas por parte de la Administración, que es lo que se realiza en virtud de la orden que se está tramitando, y sí a ser propuestas como candidatas, en igualdad de condiciones con las restantes personas que reúnan los requisitos que se establezcan en las normas reguladoras o en las convocatorias públicas que, en su caso, se realicen.

Y en este sentido, el establecimiento de premios no tiene favorable acogida ni en la definición de derecho subjetivo que propugnan los Profesores García de Enterría y Fernández, como «un poder a favor de un

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 13/22	

sujeto concreto que puede hacer valer frente a otros sujetos, imponiéndoles obligaciones o deberes, en su interés propio, reconocimiento que implica la tutela judicial de dicha posición», ni en la clasificación que de los citados derechos subjetivos realizan, pues el hipotético «derecho a ser premiado», no puede ser conceptualizado ni como a) patrimonial (tanto de carácter obligacional -sea de origen contractual, extracontractual o legal- como real, en calidad de poseedor, propietario, titular de servidumbres sobre bienes del Estado, etc.), ni es b) creado, declarado o reconocido por actos administrativos singulares (concesiones, autorizaciones, permisos, beneficios tributarios, y otros), ni responde a c) situaciones de libertad individual técnicamente articuladas como derechos subjetivos.

A fortiori, la jurisprudencia, tal como afirma el Profesor Germán Fernández Farreres, mantiene que “es del acto de otorgamiento cuando surge un auténtico y efectivo derecho subjetivo a favor del beneficiario”, (entiéndase premiado) al que ni siquiera puede reconocérsele interés legítimo con la aprobación de este proyecto de orden, pues su mera publicación ni produce un efecto positivo en su esfera jurídica ni le elimina una carga o gravamen, como el Tribunal Supremo ha reconocido reiteradamente (por todas la STS de 5 julio 1984).


De esta forma se consigue, además, agilizar el procedimiento de elaboración de este reglamento y por tanto prestar un servicio público más eficiente y de calidad.

Cuarto. Análisis de la MAIN abreviada. a) oportunidad de la norma.

Respecto a la consideración de la SGT sobre que el proyecto de orden no recoge la creación de ningún distintivo, conviene precisar que los "Premios Andalucía del Turismo" constituyen en sí mismos un distintivo, en cuanto que ostentan la facultad de distinguir a una persona o entidad por su contribución al desarrollo turístico sostenible de Andalucía.

Quinto. Análisis de la MAIN abreviada. d) Impacto económico-financiero y presupuestario.

Resulta necesario aclarar, en relación con la observación formulada a este apartado, que la entrega de una escultura artística representativa del mundo del turismo a cada persona premiada no se menciona en la memoria económica ya que, en este ámbito, todo premio suele conllevar, acompañando o no a una posible cantidad dineraria si así se establece (no es nuestro caso al tener carácter honorífico), la entrega de algún bien, habitualmente de insignificante valor económico, diplomas, medallas o trofeos cuyo principal valor es el simbólico. Asimismo, las esculturas que se entreguen, de escaso valor económico, no se encuadran tampoco en el tenor literal de la Disposición adicional quinta «Ayudas en especie» de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, al formar parte de los artículos de promoción turística de la sociedad mercantil Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., adscrita

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 14/22	

funcionalmente a esta Consejería a través de la Secretaría General para el Turismo. En este sentido, el coste de las estatuillas forma parte del presupuesto destinado al acto institucional de entrega de los Premios Andalucía del Turismo, incluido en el Plan de Acción de cada ejercicio de dicha mercantil.

- Informe de la Unidad de Igualdad de Género.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 4.3 y 6 del Decreto 17/2012, de 7 de febrero, por el que se regula la elaboración del Informe de Evaluación del Impacto de Género “El centro directivo competente para la emisión del informe de evaluación del impacto de género lo remitirá al Instituto Andaluz de la Mujer junto con las observaciones de la Unidad de igualdad de género de la Consejería y el proyecto de disposición, acreditándolo en el respectivo expediente y antes de su envío a la Comisión General de Viceconsejeros y Viceconsejeras o, en caso de proyectos de disposiciones en las que no sea necesario dicho trámite, antes de su aprobación”.

- Informe económico-financiero de la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos.

La evacuación de este informe es preceptivo según establece el artículo 35.2.c) de la Ley 3/2004, de 28 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y financieras.

- Informe de la Secretaría General de Administración Pública.

Es obligatoria la emisión de este informe conforme a lo dispuesto por el artículo 8 del Decreto 622/2019, de 27 de diciembre, de Administración electrónica, simplificación de procedimientos y racionalización administrativa, en relación con el artículo 8 del Decreto 164/2022, de 9 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Justicia, Administración Local y Función Pública, y el artículo 33 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.


- Informe de la Secretaría General Técnica.

La emisión de este informe es preceptiva según lo establecido en el artículo 45.2 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Informe del Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía.

El informe es preceptivo con arreglo a lo dispuesto en el artículo 78.2.a del Decreto 450/2000, de 26 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía y Cuerpo de Letrados de la Junta de Andalucía.

- Informe del Consejo Andaluz de Turismo.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 15/22	

Este informe deberá ser evacuado conforme a lo previsto en el artículo 3.1.a) Decreto 232/2013, de 3 de diciembre, por el que se regula la organización y el régimen de funcionamiento del Consejo Andaluz del Turismo.

8.3. Consultas realizadas.

La iniciativa del proyecto normativo fue sometida a Consulta pública previa desde el 22 de mayo de 2024 hasta el 12 de junio de 2024, recibándose únicamente observaciones por parte de la Federación Andaluza de familias de personas sordas, las cuales se han valorado de forma positiva.

Por otra parte, el proyecto de orden ha sido sometido a Informe de validación y corrección técnica de la Secretaría General Técnica de esta Consejería, emitido con fecha 19 de septiembre de 2024.

En Sevilla, a la fecha de la firma digital.
EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO


Fdo.: Francisco Montes Worboys.

ANEXO. RESUMEN EJECUTIVO

DATOS GENERALES			
Órgano proponente¹	Dirección General de Turismo	Fecha ²	30/09/2024
Tipo de disposición	Proyecto de Ley.	<input type="checkbox"/>	
	Decreto Legislativo.	<input type="checkbox"/>	

¹Órgano directivo que promueve la iniciativa.

²Fecha en la que se inicia la elaboración de la MAIN.


Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 16/22	

	Decreto. <input type="checkbox"/>
	Orden. <input checked="" type="checkbox"/>
Título de la disposición	Orden por la que se regulan los Premios Andalucía del Turismo
Tipo de Memoria	Normal <input type="checkbox"/> Abreviada <input checked="" type="checkbox"/>
1. OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA	
Situación que se regula³	La regulación de los Premios Andalucía del Turismo
Objetivos que se persiguen⁴	<p>1. Crear un distintivo como reconocimiento a todo el sector turístico contribuyendo a la puesta en valor del turismo como sector económico estratégico de Andalucía.</p> <p>2. La promoción de Andalucía como destino turístico de excelencia.</p>
Principales alternativas consideradas⁵	1. Modificación parcial de la Orden de 6 de noviembre de 2020.
	2. La aprobación de una nueva orden reguladora de los Premios Andalucía del Turismo
2. CONTENIDO	

³Concretar la situación de hecho que justifica la aprobación de la norma.

⁴Sistematizar los objetivos que se persiguen mediante la aprobación de la norma.


⁵Incluir también la escogida.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 17/22	

Estructura de la propuesta⁶	Parte expositiva, diez artículos, disposición adicional única, disposición derogatoria única y dos disposiciones finales.
3. ANÁLISIS JURÍDICO	
Normas afectadas⁷	1. Se deroga la Orden de 6 de noviembre de 2020, por la que se regulan los Premios Andalucía del Turismo.
	2.
	3.
4. TRAMITACIÓN	
Consulta pública previa	Sí <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
	Fecha de la consulta: 22/05/2024 hasta 12/06/2024
Resultado y valoración	Aportación de la Federación Andaluza de familias de personas sordas con fecha 31 de mayo de 2024. Se acepta. La accesibilidad universal constituye uno de los criterios a valorar por el Jurado para la selección de las candidaturas de cada una de las modalidades de los Premios Andalucía del Turismo.
Trámite de Audiencia e información pública	Sí <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
	Fecha de la consulta:
Resultado y valoración	


⁶Cumplimentar de forma breve, no es preciso reproducirla literalmente.

⁷Incluir no solo los que resulten derogados, sino también aquellos en que sea necesaria una modificación posterior.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 18/22	

Informes y dictámenes recabados	1. Informe de validación de la Secretaría General Técnica (19/09/24)	
	2.	
Resultado y valoración	1. Se adapta el texto a las consideraciones formuladas por la SGT	
	2.	
5. ANÁLISIS DE IMPACTOS		
Impacto económico⁸	Impacto económico directo	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> En caso afirmativo, enumerar los principales efectos
	Impacto económico indirecto	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> En caso afirmativo, enumerar los principales efectos
Impacto económico-financiero y presupuestario	Afecta solo al órgano directivo proponente	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
	Afecta a otros órganos directivos u organismos	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
	Capítulos y fuentes financieras afectados, distinguiéndose a su vez entre gastos e ingresos	
	Cuantificación del incremento o decremento de los gastos, por un lado, y de	

⁸No reproducir el impacto presupuestario, sino responder a la previsión de impacto en la economía en general y si es posible cuantificarla.


Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 19/22	

	los ingresos, por otro	
Cargas administrativas	Supone una reducción de cargas administrativas NO <input type="checkbox"/>	SÍ <input type="checkbox"/>
	Incorpora nuevas cargas administrativas NO <input type="checkbox"/>	SÍ <input type="checkbox"/>
	Supone una simplificación de procedimientos SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
	Afecta a cargas administrativas SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Impacto de género	La norma posee pertinencia a género	NO <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> El impacto de género es positivo
Impacto sobre la infancia y la adolescencia	La norma posee relevancia sobre la infancia y la adolescencia.	NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
Impacto sobre la familia	La norma posee relevancia sobre la familia.	NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
Medios electrónicos	La norma requiere de tecnologías de la información y la comunicación.	NO <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> En caso afirmativo, este desarrollo corresponde a la Agencia Digital de Andalucía: NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
Impacto en la protección de datos personales	La norma tiene impacto en la protección de datos personales	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
Otros impactos⁹	1.	

	2.
	3.
6. EVALUACIÓN EX POST	
Evaluación normativa	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
Plazo para la evaluación de la norma	Plazo total: Evaluaciones periódicas: SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Plazo/s:
Órgano propuesto para la evaluación	
Identificación de objetivos a evaluar	1.
	2.
	3.
Identificación de impactos a evaluar	1.
	2.
	3.
Herramientas de evaluación para cada objetivo <small>10</small>	1.
	2.
	3.

9Sociales, medioambientales, etc.


10Se debe indicar para cada objetivo sus indicadores y/o fases o hitos

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSSZDKJXDSMJF	PÁG. 21/22	

Herramientas de evaluación para cada impacto <small>11</small>	1.
	2.
	3.

11Se debe indicar el método de evaluación elegido.

22

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	04/10/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jm3VG7Y3RJVQ4WGMSZDKJXDSMJF	PÁG. 22/22	