

Andalucía



JUNTA DE ANDALUCÍA

PACTO ANDALUZ
POR EL
TURISMO

1. PRESENTACIÓN

La contribución del turismo a la generación del PIB en Andalucía y a la creación de empleo han consolidado a esta actividad como la primera industria de nuestra economía. En coherencia con ello, desde el sector se ha reclamado reiteradamente la creación de una Consejería de Turismo en el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía con capacidad suficiente para impulsar una política específica con rango similar al de otras actividades estratégicas para Andalucía como es el caso de la agricultura o la industria.

La respuesta a esta reivindicación se ha producido en la conformación del primer Gobierno Andaluz de Coalición, entre socialistas y andalucistas, en cuya constitución subyace el compromiso de un esfuerzo de fomento y promoción del turismo en Andalucía con el consiguiente respaldo presupuestario que efectivamente se ha estado produciendo en los últimos años.

El turismo es también, a diferencia de otros, un sector fundamentalmente privado, aunque muy sensible a las actuaciones públicas por la necesidad de combinar adecuadamente las iniciativas empresariales con la provisión de servicios y equipamientos colectivos en la cualificación de los destinos. Esta circunstancia justifica ya por sí misma la necesidad de diálogo y trabajo en común entre todos los agentes que participan en esta actividad y, especialmente, en el diseño de las políticas que inciden en el turismo. Esta necesidad se ha acentuado, no sólo como consecuencia del crecimiento sostenido que ha experimentado el turismo andaluz en los últimos años y por el continuado aumento del empleo, sino también por las favorables expectativas existentes que están permitiendo un importante esfuerzo inversor por parte de las empresas.

Andalucía necesita redefinir su política turística de cara a los retos que se plantean con la llegada del nuevo siglo. En opinión de la Consejería de Turismo estos retos se visualizan de diferentes maneras, aunque la mayor parte de estas manifestaciones giran en torno a tres líneas principales de trabajo:

- 1. En primer lugar, el diseño y elaboración de un nuevo plan de turismo que, con una visión a largo plazo y en coherencia con el nuevo marco de planificación del conjunto de la economía andaluza, proporcione los instrumentos necesarios para impulsar la adaptación competitiva del sector.*
- 2. En segundo lugar, la elaboración de una Ley del Turismo de Andalucía que implique la adaptación del marco normativo a las exigencias actuales del sector, a su previsible evolución y a la necesidad de una progresiva armonización normativa con la Unión Europea.*
- 3. En tercer lugar, avanzar en la unidad del sector en torno a un proyecto de trabajo común que, a través de un esfuerzo renovado en promoción, refuerce la posición de Andalucía en los mercados internacionales y permita el máximo aprovechamiento de su potencial como producto turístico rico y diferenciado.*



José Núñez Castaín
Consejero de Turismo y Deporte

2. EL PACTO ANDALUZ POR EL TURISMO

A continuación se reproduce íntegramente el texto del Pacto Andaluz por el Turismo firmado por la Consejería de Turismo y Deporte , Confederación de Empresarios de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y Unión General de Trabajadores de Andalucía , el día 23 de febrero de 1998:

PACTO ANDALUZ POR EL TURISMO

2

En Sevilla, a 23 de febrero de 1998, en la sede de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía

REUNIDOS

De una parte, el Excmo. Sr. D. José Núñez Castaín, Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, en la representación legal que de la misma tiene atribuida.

De otra, el Sr. D. Rafael Alvarez Colunga, Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, en la representación legal que de la misma tiene atribuida.

De otra, el Sr. D. Juan Mendoza Castro, Secretario General de la Unión General de Trabajadores de Andalucía, y el Sr. D. Julio Ruiz Ruiz, Secretario General de Comisiones Obreras de Andalucía, en la representación legal que de las mismas tienen atribuidas.

EXPONEN

Primero: El Pacto por el Empleo y el Desarrollo Económico de Andalucía, suscrito el 21 de abril de 1997, entre la Junta de Andalucía, la Confederación de Empresarios de Andalucía y las Centrales Sindicales, U.G.T de Andalucía y CC.OO. de Andalucía, destaca el carácter estratégico del turismo en el desarrollo económico de Andalucía. Por una parte, se trata de un sector en expansión en el ámbito mundial y, por otra, del único de estas características en el que Andalucía disfruta de una posición privilegiada en términos de competitividad. Es además una actividad consolidada en nuestra Comunidad Autónoma, que debe generar un empleo cada vez más estable y creciente en el tiempo y que es receptora de flujos de inversión que sistemáticamente se incrementan todos los años. El turismo es, por lo tanto, un sector con altos niveles de rentabilidad en Andalucía que cuenta con una base empresarial amplia y dinámica que, no obstante, todavía disfruta de un amplio margen de crecimiento dentro de las expectativas a medio plazo que ofrece esta actividad en el ámbito internacional. Por todas estas razones el turismo está llamado a reforzar su condición de sector estratégico para la economía andaluza y a convertirse en una de las piezas centrales del modelo de desarrollo económico y social de Andalucía en el Siglo XXI.

3

Segundo: Los acontecimientos que se avecinan en el horizonte del próximo siglo están obligando a Andalucía a realizar un importante esfuerzo de adaptación de sus estructuras sociales y productivas. De todos ellos hay que destacar, por su especial trascendencia y por su inminencia, la realización completa del proyecto de Unión Económica y Monetaria en Europa y la definitiva integración en el mismo de España y de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Con la adopción del mercado interior se ha avanzado en la eliminación de los obstáculos a los desplazamientos de personas, bienes y capital entre los estados miembros, mientras que la unión monetaria significará la adopción de instituciones comunes con potestad para el diseño de las políticas económicas y sociales, así como el establecimiento de una moneda única. Aunque sus efectos

ya son perceptibles, a la conclusión del proceso Andalucía se encontrará integrada en un espacio económico homogéneo que obligará a un importante esfuerzo en materia de armonización legislativa, eficacia y disciplina en la actuación de las administraciones públicas y, sobre todo, a la adaptación de sus estructuras productivas al escenario de competencia que impondrá un mercado de mayor dimensión y transparencia. Ello obliga a procurar la mayor sintonía posible entre las características de la oferta turística andaluza y las cambiantes preferencias de la demanda. Por otro lado, esta actividad no está exenta, en muchos casos, de elementos de incertidumbre derivados de su sensibilidad a las perturbaciones externas y, en general, a la influencia de factores ajenos a la economía andaluza y que, por lo tanto, escapan al control de los agentes públicos y privados de esta Comunidad Autónoma. Es el caso de la coyuntura de los mercados emisores o la aparición de nuevos destinos competidores.

4 **Tercero:** El turismo es una industria heterogénea, resultado de la superposición de un conjunto diverso de actividades cuyos vínculos con otras esferas de la actividad social y económica se han acentuado en los últimos años. Cada vez más resulta obligado referirse a una gran industria del turismo y del ocio en Andalucía en la que se incluyen además de las actividades que tradicionalmente la han vertebrado (hostelería, restauración y agencias de viaje), toda una amplia gama de ofertas complementarias que terminan de conformar el vasto panorama de incentivos que ofrece Andalucía para ser visitada. En la demanda de los turistas que vienen a Andalucía adquieren cada vez mayor consideración las actividades de recreo y esparcimiento y especialmente las relacionadas con la cultura y las tradiciones y con la valoración del medio ambiente. Todas ellas se añaden a las singulares condiciones climáticas que ofrece el litoral andaluz para conformar un destino turístico con tal riqueza de matices que resulta difícilmente comparable con cualquier otro en Europa. La toma de conciencia de esta realidad constituye una razón de peso para que se coordinen las actuaciones de las administraciones públicas cuyas acciones inciden, directa o indirectamente, en el adecuado desarrollo del sector turismo.

Cuarto: El turismo es también una actividad fundamentalmente privada cuyo ejercicio, sin embargo, está decisivamente influido por la orientación del conjunto de las políticas públicas. Por esta razón, la planificación del turismo debe realizarse en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales y sindicales aceptando como principios orientadores la ordenación eficiente de la industria turística andaluza a medio plazo, la coordinación de las actuaciones de las administraciones públicas, la cooperación entre los agentes públicos y privados y la participación de la sociedad andaluza en su conjunto en la apuesta por la construcción de un turismo moderno, competitivo y sostenible en Andalucía.

Quinto: Desde la óptica del estricto ámbito andaluz, la transformación de las oportunidades de crecimiento del turismo en desarrollo económico y social requieren la introducción de otros elementos de carácter cualitativo que se añaden a los estrictamente cuantitativos de mayor nivel de actividad y de producción. A tal fin, la concertación en materia de política turística tiene que reflejarse en un nuevo impulso a la inversión en el sector que haga realidad no solamente sus posibilidades de expansión sino también de modernización y adaptación medioambiental.

5

Es necesario, por un lado, que las inversiones del sector público se dirijan, en paralelo con las del sector privado, hacia la consecución de un mejor empleo y de una mejora sustancial en el entorno general de productividad de las empresas turísticas. Para ello es preciso impulsar las inversiones en infraestructuras y cualificación de los destinos, en formación y profesionalización de los recursos humanos y la rentabilización de las acciones promocionales. Se pretende de esta forma la mejora de la competitividad de la industria turística andaluza y el establecimiento de las condiciones más adecuadas para su desarrollo a largo plazo.

También es necesario, por otro lado, una atención creciente a la conservación del medioambiente. El contacto con la naturaleza o la adecuada conservación del medioambiente conforman un cuadro de motivaciones de creciente valoración por parte de los

turistas. El factor medioambiental debe constituirse, por ello, en uno de los principios conductores de las estrategias de diseño de nuevos productos turísticos y de transformación de los maduros. Ello significa entender el medioambiente como uno de los pilares para la rentabilización económica y social del turismo, de forma que con su mantenimiento no sólo se consiga su aprovechamiento como ventaja competitiva básica para la potenciación de un turismo de calidad y diversificado, sino que también se favorezca su conservación en condiciones óptimas para el disfrute de generaciones venideras.

Sexto: Las partes firmantes coinciden en señalar, como se pone de manifiesto en el Pacto por el Empleo y Desarrollo Económico de Andalucía, el agotamiento del anterior modelo de planificación turística. Este modelo, que tiene su reflejo en el Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (Plan DIA), se ha configurado en los últimos años en el referente adecuado e idóneo de la política turística en nuestra Comunidad Autónoma. Sin embargo, se asume por las partes la necesidad de plantear un nuevo modelo que, tras un análisis previo, refuerce la participación y el consenso y dé respuesta a los retos y necesidades futuras para un mejor y más adecuado desarrollo del sector turístico en Andalucía en el siglo XXI.

En virtud de lo expuesto, los firmantes del presente Pacto Andaluz por el Turismo,

ACUERDAN

Primero: Impulsar un proyecto de modernización de la industria turística andaluza que, sobre la base del respeto al medioambiente, permita consolidar su posición competitiva, aprovechar las potencialidades de desarrollo de este sector y optimizar sus efectos, no sólo sobre el tejido productivo andaluz, sino también sobre el conjunto de su tejido social, con especial atención al empleo.

Segundo: La creación de un foro permanente de negociación y diálogo entre las partes firmantes que bajo la denominación de Comisión Permanente del Pacto Andaluz por el Turismo, aborde el desarrollo de, entre otros, los siguientes contenidos:

- Diseño y elaboración de un nuevo Plan de Desarrollo Turístico de Andalucía según lo acordado en el Pacto por el Empleo y Desarrollo Económico de Andalucía, firmado el 21 de abril de 1997. Dicho Plan deberá servir para sentar las bases de la actividad turística en nuestra Comunidad Autónoma y analizar los retos y las necesidades futuras del sector turístico en Andalucía y recogerá, entre otras, las actuaciones consensuadas en el mencionado Pacto por el Empleo y Desarrollo Económico de Andalucía.

- Análisis, evaluación, y en su caso, puesta en marcha de aquellas materias consensuadas en su día en el seno de la Comisión de Seguimiento del Plan DÍA, que se encuentren pendientes de instrumentación.

- Analizar e impulsar la adaptación del marco normativo del turismo en Andalucía, teniendo en cuenta la realidad actual del mismo, su previsible evolución y la necesidad de una progresiva armonización normativa con la Unión Europea, cuyos contenidos queden recogidos en una futura Ley del Turismo de Andalucía.

- Establecimiento de un marco eficiente de coordinación en materia turística entre las administraciones públicas que posibilite una mejora en el cumplimiento de los objetivos que se propongan en el Plan.

- Y, en general, el desarrollo de todas aquellas medidas y actuaciones que contribuyan al mejor conocimiento de la política turística de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, a reforzar el papel de los agentes económicos y sociales firmantes del presente Pacto y a propiciar una mejora del conocimiento del sector turístico por la sociedad andaluza en general.

Dicha Comisión estará constituida por:

- Cuatro representantes de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía
- Cuatro representantes de la Confederación de Empresarios de Andalucía.

- Dos representantes de la Unión General de Trabajadores de Andalucía.
- Dos representantes de Comisiones Obreras de Andalucía.

Las sesiones de trabajo de carácter ordinario se realizarán periódicamente mediante convocatoria de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía previa consulta a los agentes económicos y sociales firmantes. A petición de cualquiera de las partes podrán convocarse sesiones de carácter extraordinario.

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

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

José Núñez Castaín

8 *Consejero de Turismo y Deporte.*

Rafael Álvarez Colunga

Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Julio Ruíz Ruíz

Secretario General de CC.OO.- Andalucía.

Juan Mendoza Castro

Secretario General de UGT-Andalucía.

3. EPILOGO

3.1. EL TURISMO COMO SECTOR ESTRATÉGICO.

En la segunda mitad de este siglo el número de viajes turísticos internacionales se ha multiplicado por 20, hasta alcanzar los 595 millones en 1996. Esta cifra supone un crecimiento del 5,5% respecto al año anterior y un 77% más que hace diez años. Desde un punto de vista estrictamente económico, la actual importancia del turismo a nivel mundial ha sido recientemente evaluada por el WTTC¹, estimándose que su aportación, en términos de producción interior, ascendió en 1996 a 3,15 billones de \$, de los que 1,7 corresponderían a los sueldos y salarios pagados a los 255.000 empleos que han existido en el sector durante ese año. Todo este movimiento ha dado lugar a un volumen de ingresos que ha sido estimado en el equivalente al 3,6% del conjunto del tráfico comercial internacional, superando a sectores como el crudo de petróleo o la industria del automóvil.

La importancia estratégica del turismo no reside, sin embargo, tan sólo en la magnitud de las cifras que se acaban de señalar, sino también en el hecho de que se trata de uno de los sectores productivos con mejores perspectivas de evolución a corto y medio plazo. La Organización Mundial del Turismo prevé que para el año 2010 el número de viajes turísticos internacionales alcance los 937 millones y que se triplique el volumen de ingresos. Se trata, por lo tanto, de una actividad en crecimiento, pero también en

¹ World Travel and Tourism Council.

transformación y, sobre todo, cada vez más abierta a la competencia.

3.2. EL TURISMO EN ANDALUCÍA.

Andalucía ha disfrutado tradicionalmente de una posición de privilegio en este mercado, debido fundamentalmente a la bondad de las condiciones naturales ofertadas, al desarrollo de una potente infraestructura y a la proximidad a los países del centro y norte de Europa, el origen de la mayor parte de los viajes turísticos a nivel mundial. Con el paso del tiempo, el turismo andaluz ha ido evolucionando de acuerdo con las cambiantes características de esta actividad entre las que han destacado, junto con el mayor nivel de competencia aludido, la mayor frecuencia de los viajes y la modificación en el cuadro motivaciones que llevan a los turistas a preferir unos destinos frente a otros.

10

La experiencia acumulada durante más de tres décadas y el ritmo sostenido de crecimiento que ha presentado durante todo este tiempo, explican que el turismo andaluz se presente ante el nuevo siglo como una actividad consolidada y en expansión y con una acreditada capacidad para generar empleo estable y diversificado. Andalucía, por otra parte, goza de un prestigio creciente en los mercados como destino turístico que es consecuencia de la valoración que estos realizan de su diversidad, riqueza y singularidad.

Las razones indicadas justifican una apuesta decidida por el turismo como una de las actividades productivas que deben vertebrar el desarrollo económico de Andalucía en el futuro. Los datos que proporciona el proyecto SAETA y los resultados de las investigaciones que en torno al turismo se han desarrollado en los últimos tiempos vienen a confirmar que en torno al mismo se configura uno de los principales complejos productivos de la economía anda-

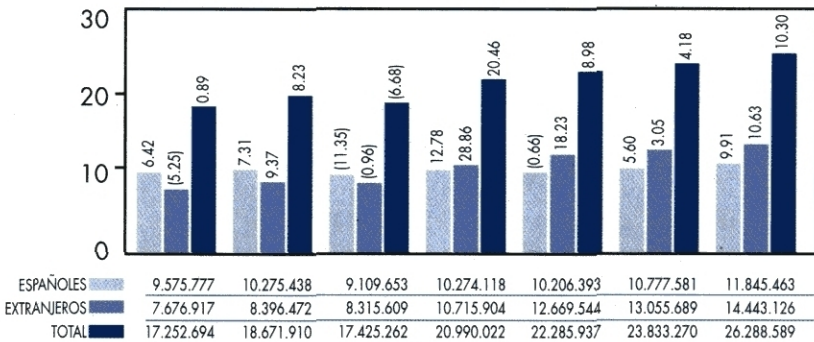
luza. Cada vez son más estrechos los lazos entre el turismo y el resto de los sectores económicos y, por lo tanto, su valoración estratégica como sector clave para Andalucía.

3.3. EL COMPORTAMIENTO RECIENTE DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.

El favorable comportamiento mostrado por el turismo en los últimos años se ha vuelto a repetir durante 1997. En este año se han conseguido superar los registros históricos de movimiento hotelero, hasta situar el número de pernoctaciones en 26,3 millones; 2,5 millones más que en 1996 que representan un crecimiento del 10,3 % interanual. Se trata de la tasa de crecimiento más alta de la década, con la única excepción de 1994 (cuando se registró un incremento del 20,4%), pero también con la diferencia que mientras en este año se producía la salida de una de las crisis más profundas que ha conocido el turismo andaluz, en 1996 se alcanzaba el mayor volumen de pernoctaciones de su historia. También en número de viajeros los resultados han sido espectaculares, incrementándose en 751.866 con respecto a 1996, lo que representa un crecimiento del 10,4%.

11

Gráfico 1. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Andalucía 1991-1997
 Nº de pernoctaciones (sobre el gráfico tasa de variación interanual)

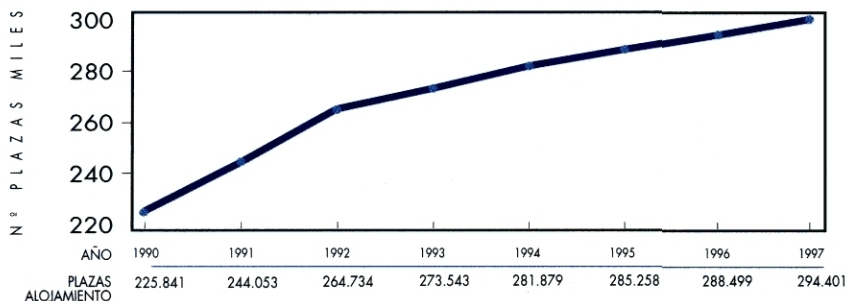


Fuente: SAETA a partir de INE

Estos datos adquieren mayor relevancia si se comparan con los de otras comunidades autónomas. Andalucía, que desde 1994 viene incrementando su participación en el movimiento hotelero nacional, ha vuelto a hacerlo en 0,66 puntos durante 1997. Con éste son ya cuatro los años de ganancia continuada de cuota en el mercado hotelero español en los que se han conseguido acumular más de tres puntos de participación desde 1993 hasta situarse en la actualidad en el 15,72 %. Andalucía se consolida de esta manera como la tercera de las regiones turísticas españolas en cuanto a movimiento hotelero (tras Baleares y Cataluña) y como el destino preferido por los españoles para sus vacaciones, tanto si se alojan en hoteles (19,4 % del total), como si lo hacen en cualquiera de las otras fórmulas existentes (21,2 %).

Desde el punto de vista de la oferta hay que destacar el importante aumento que se produce en la capacidad de alojamiento en los primeros años de la década de los 90. Este proceso se detuvo tras los acontecimientos del 92, cuando tuvo lugar un importante reajuste en el sector que dio paso, con posterioridad a 1995, a un nuevo repunte de la inversión auspiciado por el clima de confianza que proporcionaba la estabilidad en el crecimiento que ha caracterizado al turismo andaluz en los últimos años. Como consecuencia de todo ello, entre 1990 y 1997 se produce un incremento del 30,3 % en el número de plazas de alojamiento ofertadas en Andalucía que en este último año asciende a un total de 294.401.

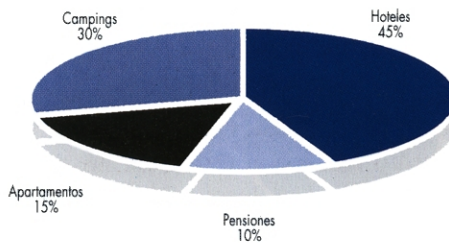
Gráfico 2. Evolución de las plazas de alojamiento. Andalucía 1990-1997



Fuente: Registro de Actividades y Empresas Turísticas (REAT). Consejería de Turismo y Deporte.

Más del 50 % de la capacidad de alojamiento andaluza corresponde a hoteles y pensiones, aunque dentro de una tendencia a la pérdida de peso relativo de ambos tipos de alojamiento, en beneficio de la fórmula de apartamentos. En cualquier caso, es significativo destacar que asistimos a un proceso de desplazamiento hacia los niveles de superior calidad en cada una de las categorías de alojamiento ofertada. Junto a estos hechos, también resulta característica la progresiva reducción del tamaño medio de los establecimientos turísticos, en lo que se interpreta como una respuesta a la demanda de mayor calidad en el servicio en forma de un trato más directo y personal al cliente.

Gráfico 3. Plazas por tipos de alojamientos. Andalucía 1997



13

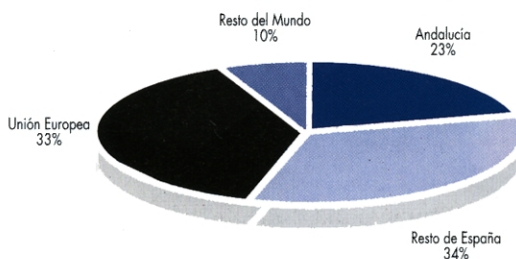
Fuente: Registro de Empresas y Actividades Económicas (REAT).
Consejería de Turismo y Deporte.

3.4.EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA EN ANDALUCÍA.

A lo largo de 1997 se han puesto en marcha nuevos instrumentos estadísticos para la medición del turismo que no solamente nos permitirán apreciar aspectos insuficientemente conocidos hasta ahora de la actividad, sino que también contribuirán a racionalizar el proceso de toma de decisiones, tanto a los agentes públi-

cos como privados. Estamos en condiciones de mostrar ahora que el número total de turistas que visitaron Andalucía durante 1997 (independientemente del tipo de alojamiento utilizado) superó los 16,5 millones. De esta cifra, el 57 % corresponde a visitantes españoles y el resto a extranjeros; aunque probablemente la cuestión de mayor interés es la participación que dentro del colectivo de los españoles corresponde a los 3,7 millones de andaluces que realizaron turismo en Andalucía durante ese año. Estos representan el 23 % del total y constituyen una parte del turismo andaluz que hasta ahora permanecía oculta al diagnóstico y a la cuantificación del sector.

Gráfico 4. Turistas según lugar de residencia. Datos anuales (Distribución porcentual)



14

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía, SAETA. Encuesta de Coyuntura Turística

Desde un punto de vista estrictamente económico hay que destacar, en primer lugar, que el turismo representó en 1996 el 10,4% del PIB de Andalucía. Esto significa que ha alcanzado y superado en importancia cuantitativa a otras actividades tan significativas como el sector agropecuario y la construcción. Para 1997 las estimaciones de la Consejería de Turismo sitúan el valor de la producción turística andaluza por encima de 1,1 billones de pesetas. Este dato supone un crecimiento real con respecto al año anterior superior al 8 %, lo que significa que se duplica con creces el aumento de la producción interior de Andalucía durante el mismo período (estimada en el 4 % por la Consejería de Economía y Hacienda).

También significa que el turismo habrá incrementado en este año su aportación a la formación del PIB de Andalucía hasta situarse en el entorno del 11 %.

Tabla 1. El Turismo en Andalucía

	1996	1997
Número de Turistas (millones)	15,9	16,5
Plazas de Alojamiento	288.712	294.401
Producción Turística (* 10 ⁹ , ptas. corrientes)	994,98	1.109,4
Participación en el PIB andaluz (%)	10,45	11(*)
Empleo Directo	110.958	
Empleo Total	146.857	

*Fuente: Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía

(*) Estimación

15

El turismo también se ha consolidado como una de las actividades con mayor capacidad para generar impulsos de crecimiento sobre el conjunto de la economía debido a la diversidad de sectores que dedican una parte de su producción a la satisfacción de lo que demandan los turistas o las propias empresas turísticas por excelencia, como son los hoteles y los restaurantes. Precisamente esta característica hace que los efectos del turismo sobre el empleo sean particularmente trascendentes por cuanto terminan por afectar al conjunto del sistema productivo. Según las estimaciones de SAETA, el volumen de empleos directos generados por el turismo en el conjunto de Andalucía ascendió en 1996 a 110.958, mientras que, por los efectos inducidos señalados, se calcula que en total, entre directo e indirectos, el turismo habría contribuido a la creación o mantenimiento de 146.857 empleos.

Estos datos adquieren mayor relevancia si los comparamos con otras CC.AA.. Andalucía participa en el movimiento hotelero

nacional en un 15,72 por ciento, 0,66 puntos más que en el año anterior. Con ello se confirma Andalucía en la tercera posición de las regiones españolas por movimiento turístico, desplazando a Canarias de la posición que tradicionalmente había ocupado. Si se distingue entre españoles y extranjeros, Andalucía se mantiene como el principal destino turístico para los españoles, 19,4 por ciento del movimiento hotelero nacional.

3.5. LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

16 El turismo se ha convertido en la primera industria de Andalucía por su participación directa en el producto andaluz pero también por su capacidad para generar riqueza y empleo. Además el turismo se manifiesta cada vez más como una actividad con un notable potencial de vertebración social y territorial de Andalucía. Es por tanto una actividad de alto valor estratégico capaz de contribuir a los objetivos generales de política social y económica planteados por el gobierno andaluz en el Plan Económico de Andalucía Horizonte 2000 y en el Pacto por el Empleo y el Desarrollo Económico de Andalucía.

Las especiales características del turismo en la estructura económica de Andalucía exigen una atención por parte de la política económica del gobierno andaluz y no deben ocultar la necesidad de un esfuerzo de adaptación permanente a las exigencias que imponen formas de competencia que cada vez son más intensas.

Aunque el turismo es una actividad fundamentalmente privada los recursos públicos deben contribuir a crear un entorno favorable para el desarrollo de estas actividades privadas. Con la creación de la Consejería de Turismo y Deporte en 1996 se apuesta desde la esfera pública por un sector que sitúa a Andalucía en una posición de privilegio en el marco nacional e internacional. El presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 1998,

ley 7/1997 de 23 de diciembre, dedica al turismo un total de 12.735 millones de ptas., 0,52% del total.

La necesidad de adaptación del sector a las condiciones cambiantes de la demanda exige a los poderes públicos un esfuerzo inversor que garantice el mantenimiento del producto turístico andaluz en los mercados. Este producto turístico andaluz es cada vez un producto menos estacional y mejor valorado por los mercados. A ello contribuye la incorporación de nuevos elementos de oferta como es el caso del golf, nieve, la integración del patrimonio cultural y natural, etc., que conforman un producto único en el mercado. La oferta de un único producto complejo y diferenciado constituye el mejor argumento competitivo en un mercado globalizado y con productos homogéneos.

Los retos a que debe dar respuesta el presupuesto que desde la Consejería se ha diseñado para 1998 son fundamentalmente dos: la calidad y la promoción.

Para ello la Consejería de Turismo y Deporte pone en marcha una serie de programas encaminados a la mejora de la calidad de los servicios ofrecidos y la cualificación de los destinos turísticos en Andalucía. Entre estos programas cabe destacar:

17

- Programa de Modernización para la Mejora de la Competitividad Hotelera de Andalucía: tiene la finalidad de apoyar financieramente el proceso de reforma y modernización de los establecimientos hoteleros andaluces para su adaptación a las nuevas exigencias de la demanda. El programa cuenta con el apoyo y participación en el seguimiento de los agentes económicos y sociales.

- Programa de Playas: el objetivo es definir un modelo de gestión y aprovechamiento de las playas andaluzas en el que se incluyan estándares de equipamientos en función de la tipología existente y la actuación coordinada con otras administraciones.

- Programa de Señalización Turística de Andalucía: la constatación de lagunas importantes, déficits de señalización en desti-

nos emergentes, necesidades de racionalización en otros justifican la adopción de un programa que, en coordinación con otras administraciones, plantee un plan de señalización integral de Andalucía. Todo ello permitirá ofrecer al turista información homogénea y fácilmente descifrable.

- Planes de Excelencia: planes destinados a la cualificación de destinos maduros y a la puesta en valor de destinos emergente. Está cofinanciados por la Administración General del Estado, Administración Autonómica y Local.

A estos programas se unen otras actuaciones de la Consejería como son las ayudas a empresas, entidades locales y entidades privadas sin ánimo de lucro y las inversiones en mantenimiento y reposición de las infraestructura de propiedad pública.

En relación a la promoción turística la Consejería de Turismo y Deporte apuesta por una política de Promoción Integral de Andalucía a través de la Empresa Pública de Turismo Andaluz que enfatice en los elementos de singularidad que hacen de Andalucía un destino turístico diferenciado.

EDITA
Junta de Andalucía
Consejería de Turismo y Deporte

DISEÑO GRÁFICO
Carlos Muñoz
Carlos Láinez

IMPRIME
Ruiz Melgarejo - Sevilla

DEPÓSITO LEGAL
SE- 443 98