

ÍNDICE

INTRODUCCION	
I.	ANDALUCÍA EN EL HORIZONTE FEDERAL. LA PROFUNDIZACIÓN EN EL AUTOGOBIERNO
II.	PROYECTO ANDALUCISTA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
III.	LA FUNCIÓN PÚBLICA ANDALUZA
IV.	LA POLÍTICA ECONÓMICA
V.	LA INDUSTRIA ANDALUZA
VI.	EL TURISMO EN ANDALUCÍA
VII.	LA AGRICULTURA
VIII.	LA PESCA
IX.	COMPROMISO CON EL COMERCIO ANDALUZ
X.	LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANDALUZA ..
XI.	LA POLÍTICA TERRITORIAL
XII.	POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL
XIII.	EDUCACIÓN Y CULTURA
XIV.	MUJER ANDALUZA
XV.	LA JUVENTUD
XVI.	LA SANIDAD
XVII.	SERVICIOS SOCIALES

EL TURISMO EN ANDALUCÍA

1. ANÁLISIS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA

La evaluación de la política turística española hasta bien entrados los ochenta puede resumirse en los siguientes puntos:

a) Ausencia de control y planificación.

Durante mucho tiempo la política turística española se ha caracterizado por la falta de rigor en su definición y de previsión sobre la naturaleza de los problemas que se iban generando en torno al sector. Como consecuencia de ello ha existido un permanente desfase entre éstos y las iniciativas de los distintos gobiernos. De esta forma la ausencia de control y de planificación explican que durante un relativamente corto período de tiempo se hayan consolidado importantes desequilibrios estructurales que en algunos casos, particularmente desde los puntos de vista ambiental y urbanístico, son considerados irreversibles.

Andalucía, especialmente en las zonas de mayor densidad turística, se ha visto particularmente afectada por este proceso que se ha manifestado en la degradación urbanística de algunos puntos, desaparición de espacios naturales, presión sobre el litoral, insuficiencia de los equipamientos e infraestructuras, etc.

b) Estrechez de objetivos y pobreza instrumental.

Hasta hace relativamente poco tiempo las iniciativas administrativas se han caracterizado por su excesiva concreción a un objetivo único: la potenciación de su crecimiento; y la pobreza de los instrumentos, que se han limitado en buena medida a la promoción en los mercados exteriores y el apoyo financiero a la iniciativa privada para la reforma y apertura de establecimientos hoteleros y similares.

c) El aislamiento de la política turística.

A pesar del reconocimiento generalizado del papel clave que el turismo ha representado en el desarrollo económico del país y de la estrechez de vínculos con otros procesos (urbanismo, medio ambiente, etc) e incluso otras políticas sectoriales y horizontales (infraestructuras, desarrollo rural, transportes, etc), la desconexión entre todos ellos ha sido elevada. Sólo desde hace unos años, y muy especialmente desde el comienzo de la crisis actual del sector, se proporcionan las primeras respuestas a cuestiones como calidad, saneamientos, formación profesional, etc., que no obstante demandan un compromiso mucho mayor de las administraciones competentes, así como una mayor riqueza instrumental en la formulación de estrategias de desarrollo para el sector.

d) Se consolida un modelo centralizado en la instrumentalización de la política turística.

Otro de los rasgos característicos de la política turística ha sido el empeño de la administración central en asumir la responsabilidad última en su diseño y ejecución, al tiempo que se establecen mecanismos de coordinación con las autoridades autonómicas que en definitiva, contribuyen a consolidar una relación institucional de tipo jerárquico.

La revitalización del turismo como actividad impulsora del crecimiento económico que desde mediados de los ochenta caracteriza al litoral mediterráneo y a los archipiélagos, junto con las crisis posterior y la entrada de España en la CE, marcan el comienzo de una profunda renovación en la concepción de la política turística, aún cuando permanecen bastantes de las inercias heredadas de la etapa anterior. Iniciativas como la figura del Municipio Turístico, las consideraciones medioambientales o la aparición de referencias en texto legales a la necesidad de una reestructuración profunda del sector muestran, como mínimo, la existencia de nuevos contenidos en el debate sobre el sector y sobre todo la amplitud del enfoque con que se plantea su tratamiento en estos momentos. Es cierto, sin embargo, que su plasmación en medidas concretas ha sido hasta el momento insuficiente.

En estos momentos existen distintas referencias en materia de política turística que afectan directamente la economía del turismo andaluz y que pueden ser agrupadas en comunitarias, estatales y autonómicas.

Las iniciativas comunitarias, desarrolladas a partir de una serie de resoluciones que desde 1.984 viene emitiendo el Parlamento Europeo y que culminan con el Plan de Medidas Comunitarias a favor del Turismo. Dentro

de esta línea de preocupación hay que destacar su ubicación en el contexto de las políticas de medio ambiente así como en el más global de la ordenación del territorio y otras políticas sectoriales (incluidas las sociales, como son los casos de cultura, consumo,...), su integración estratégica en el contexto de las políticas de desarrollo regional y, sobre todo, el intento de su instrumentalización como "factor de acercamiento entre los pueblos, especialmente ahora que se están abriendo las fronteras con la Europa central y oriental". además de lo anterior, el Consejo establecía en diciembre de 1.988 la creación del Año Europeo del Turismo con el doble objetivo de:

- a) Preparar la llegada del gran espacio sin fronteras aprovechando la función integradora que tendrá el turismo en la creación de la Europa de los ciudadanos.
- b) Destacar la importancia económica y social del sector turístico, sobre todo en relación con la política regional y de la creación de nuevos empleos.

Para alcanzar estos objetivos se fijaron ayudas encaminadas a estimular el turismo intracomunitario y a profundizar en el conocimiento de su problemática. Particular interés tiene el ya citado Plan de Medidas Comunitarias a favor del Turismo, especialmente en cuanto se refiere a la progresiva consolidación de la superestructura turística continental que permita, no sólo mejorar el conocimiento y la capacidad de diagnóstico sobre la situación del sector, sino también el seguimiento en el corto plazo de las principales tendencias con el objetivo final de facilitar la adaptación a las mismas. Diversificación, calidad y competitividad son los objetivos que impregnan el conjunto de la estrategia comunitaria.

El Libro Blanco y el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español constituyen las referencias inmediatas sobre política turística en España. De la lectura del primero se deduce que la estrategia de fondo en las futuras intervenciones se orientarán por un lado, hacia la recuperación y consolidación de la posición competitiva del sector a nivel internacional actuado sobre factores de competitividad y, por otro, hacia la mejora del balance económico-social del turismo.

Los elementos básicos de esta estrategia son en la que se pone de manifiesto el protagonismo que debe corresponder al turismo del Mediterráneo, se resumen en tres ideas: recuperación del liderazgo internacional, diferenciación de productos, especialización de la oferta hacia segmentos sociológica y geográficamente homogéneos. entre los instrumentos contemplados deben destacarse los planes de infraestructuras, equipamientos

y servicios; la formación profesional y la institucionalización universitaria de los estudios turísticos; reestructuración empresarial (fomento del asociacionismo); y la coordinación con las otras administraciones del Estado.

El Plan Marco de Competitividad del Turismo Español constituye el primer intento de respuesta al reto de la recuperación de la posición de liderazgo internacional en el turismo tradicional de sol y playa dentro de la recuperación de la posición de liderazgo internacional en el turismo tradicional de sol y playa dentro de la más amplia denominación de "turismo mediterráneo" que englobaría otras ofertas complementarias. Vuelve a incidirse tanto en la consolidación de los mecanismos de coordinación con las Comunidades Autónomas como en el protagonismo de los instrumentos convencionales (promoción exterior y ayudas financieras a la modernización y renovación de la oferta) aunque también se introducen sus matices novedosos como el énfasis en la diversificación de la oferta, el redimensionamiento del tejido empresarial y el Plan de Excelencia Turística.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía las iniciativas públicas en materia de promoción del sector han sido numerosas en los últimos tiempos, aunque bastantes de ellas no se han puesto en marcha o no han terminado de consolidarse (Plan de Desarrollo Integral del Turismo o la citada figura del Estatuto del Municipio Turístico, etc.). El Plan Andaluz de Desarrollo Económico (PADE) aborda el tratamiento del sector a partir de un diagnóstico de sobredimensionamiento de la oferta y el deterioro de la competitividad relativa del sector con respecto a otros destinos alternativos.

Esta situación es consecuencia de un conjunto de factores susceptibles de agrupación en cinco categorías:

- Demanda escasamente segmentada de creciente oligopolización de las fases de intermediación
- Reducida capacidad de control sobre la demanda que provoca una oferta dirigida a asegurar pernoctaciones masivas con escaso margen comercial
- Concentración de la oferta en el litoral y las consiguientes deseconomías de escala y efectos medioambientales
- Necesidades de infraestructuras y equipamientos derivadas de la excesiva concentración
- Recomposición de los componentes en el gasto de turistas presionados a la baja por los TTOO en la fijación de los precios de los paquetes y al alza en los complementarios (precios de los consumos en destino)

Dentro de este contexto, el PADE aborda un conjunto de actuaciones, en buena medida coincidentes con las contenidas en las políticas comunitaria y española, entre las que destaca una concepción integral del funcionamiento de la actividad vinculada a la ordenación del territorio turístico y al urbanismo proponiendo la potenciación de la figura del Municipio Turístico y la colaboración de Planes Territoriales Turísticos, pretensiones que no han llegado a realizarse.

La revisión de las experiencias más recientes en materia de política turística ponen de manifiesto una cierta desconexión entre el contenido del debate de los expertos (públicos y privados) y su plasmación posterior en acciones concretas. Las abiertas discrepancias entre agentes privados y administración durante los años 89 y 90 en cuanto al diagnóstico de la situación han dado paso a un notable grado de coincidencia en los años siguientes que no pueden ocultar las importantes ganancias que en coherencia analítica se han acumulado desde entonces. Este avance no ha permitido, sin embargo, superar la contradicción de fondo que se pone de manifiesto en la crisis de los años 90, 91 y 93 por las rigideces observadas en la oferta para adaptarse a la contracción que se registra en la demanda y que, desde la perspectiva de las administraciones públicas, no encuentra otro tipo de respuesta que la machacona insistencia en mantener las mismas medidas de potenciación de la oferta (turismo complementario y múltiples proyectos promovidos o apoyados públicamente) de las que lógicamente no podían derivarse otras consecuencias diferentes que las de agudizar las tensiones en el mercado.

La progresiva coincidencia en las valoraciones alcanzada en los últimos tiempos hay que atribuirla, fundamentalmente, a la amplitud del debate abierto durante este mismo período de tiempo. A pesar de ello, resulta inevitable un considerable grado de frustración ante la debilidad instrumental de las estrategias propuestas. En otras palabras esto significa que a pesar de la claridad con que se manifiestan los problemas e incluso la coherencia de fondo con que se establecen los diagnósticos y las estrategias, los instrumentos arbitrados para su ejecución se manifiestan insuficientes como para permitir el óptimo aprovechamiento de las potencialidades del sector en Andalucía.

Desde el Partido Andalucista se entiende que el modelo turístico de Andalucía tiene un enorme potencial de desarrollo, pero que su correcto aprovechamiento exige desplazar recursos desde las actuales prioridades de las administraciones competentes hacia otras que primen la necesidad de consolidar el sector. Este planteamiento no es contradictorio con la decisión de apoyar el desarrollo de cuantas iniciativas se presenten como viables. Sin

embargo, en los momentos actuales se asiste a una expansión descontrolada de segmentos turísticos que tan sólo hace unos años carencia de importancia cuantitativa y las expectativas apuntan a una nueva contracción de la demanda para 1996 como consecuencia de los problemas de la economía alemana que arrastrará al conjunto de los países del área del DM. Se dan por consiguiente las circunstancias más adecuadas para que la política turística refuerce sus elementos de saneamiento y de reforma de aquellos elementos del modelo que se han mostrado más débiles en las etapas de crisis.

Esta reflexión puede ilustrarse de forma gráfica a través de dos ideas. La primera sería que las posibilidades de la promoción exterior están limitadas por la ausencia de una adecuada política de producto. Esto quiere decir que habría que esforzarse en recuperar las playas, el entorno turístico ambiental, asegurar la sanidad, etc., antes de insistir en su comercialización. La segunda, que las potencialidades del turismo basado en motivaciones diferentes del tradicional deben ser tenidas en cuenta y apoyadas. Esta opción, sin embargo, nunca debe ser contemplada como principio orientador de la atención a los problemas estructurales del sector, especialmente en las zonas de mayor tradición turística.

A modo de conclusión habría que señalar el tradicional protagonismo de las acciones de carácter coyuntural en la política turística, al tiempo que denunciar que en la actual situación se mantenga el reducido alcance de las medidas de saneamiento y reformas estructurales en el sector. El riesgo que subyace en el mantenimiento de una política incentivadora de la expansión del sector, en lugar de abordar la reforma de sus estructuras básicas, radica en que con ello se contribuye escasamente a desarrollar los mecanismos de defensa y estabilidad del sector frente a inestabilidad que caracteriza al comportamiento de la demanda en el corto plazo.

2. UNA POLITICA TURISTICA PARA ANDALUCIA

1. El turismo ha jugado y debe seguir jugando un papel fundamental en el entramado productivo de la economía andaluza. Además de su importante contribución a la formación del producto y del empleo, desempeña una función estratégica de primer orden debido a la cantidad de recursos externos que incorpora al circuito productivo andaluz, a la fuerte dependencia que del mismo tienen en algunas partes del territorio andaluz y al hecho de constituirse en el núcleo de uno de los principales complejos productivos de la economía.

2. Las características y la intensidad de las relaciones entre el turismo y el resto de la economía aconsejan plantear la política para el sector dentro del esquema de prioridades del Plan Regional.

El Comité Económico y Social de las Comunidades Europeas señala que " el turismo no constituye un sector aislado en sí mismo. Numerosos campos -transporte, medioambiente, desarrollo social y rural, agricultura, servicios, etc- influyen sobre el turismo y son influenciados por él. Las políticas que tratan sobre estos campos deben, entonces, tomar igualmente en consideración todos los aspectos tocantes al desarrollo turístico", ratificándose en esta posición al precisar que "el turismo no debe ser dissociado de la política regional: en efecto el turismo afecta tanto a las autoridades locales y regionales como a las empresas, no solamente a aquellas que están más directamente ligadas al turismo, como hoteles, restaurantes, bares, etc., sino igualmente al conjunto de actividades conexas, tales como el comercio, la artesanía, la agricultura, etc."

3. El diagnóstico del sector tiene que reconocer la existencia de importantes elementos de incertidumbre respecto de la evolución del Mediterráneo (especialmente con respecto al mantenimiento de las actuales relaciones de competencia dentro del mismo) como destino turístico a medio plazo, si bien dentro del mantenimiento del tono expansivo de la actividad a nivel mundial. Los primeros síntomas comienzan a apreciarse a la altura de 1.988 y tanto sus causas como principales manifestaciones son ampliamente conocidas. No creemos necesario, por ello, entrar aquí en el análisis detallado de las mismas, aunque sí que conviene, al menos, dejar constancia de los aspectos más evidentes tal y como se reflejan en la tabla siguiente.

1	Progresivo desajuste entre la demanda y la oferta. Esta última no reacciona al estancamiento de la demanda y mantiene su expansión en términos relativos. Este proceso es especialmente acusado en Andalucía.
2	Reorientación de los flujos turísticos con un acusado componente cíclico. Descenso de los visitantes procedentes del extranjero y aumento del turismo nacional en los primeros años 90 e inversión de esta tendencia a partir de 1994.
3	Fuerte concentración geográfica y estacionalidad.
4	Disminución de la estancia media y del gasto medio por turista en destino.
5	Síntomas de agotamiento en el modelo turístico mediterráneo explicado en parte por la debilidad de las ofertas complementarias.
6	Fuerte sensibilidad de la demanda a los precios pagados por los turistas. Con anterioridad a 1993, incremento de los precios turísticos debido al diferencial de inflación mantenido con respecto a nuestros principales clientes y a la fuerte cotización de la peseta en los mercados monetarios internacionales (deterioro de la relación calidad-precio). Con posterioridad a las devaluaciones, recuperación de la demanda.
7	Fortalecimiento de la posición de los TT.OO y presión a la baja sobre los precios. Débil posición de los agentes andaluces en el mercado.
8	Incertidumbre respecto a las condiciones de competencia con otros países mediterráneos.
9	Aumento de las exigencias ambientales de calidad en los servicios.
10	Formas de competencia desleal. Servicios de inspección y control de la oferta ilegal inexistentes. Es determinante sobre la consolidación de la oferta extrahotelera y turismo residencial.
11	Formación profesional e intrusismo. Reducido diálogo social.
12	Deterioro del mercado inmobiliario, con particular incidencia sobre turismos específicos.
13	Pérdida de competitividad asociada al aumento de los costes y descapitalización empresarial. Envejecimiento de la oferta.

Es evidente que la tabla no ha pretendido ser exhaustiva al recoger la amplia problemática actual del sector, de la misma forma que se han obviado otras circunstancias que de alguna forma han compensado la tendencia la inestabilidad dominante a comienzos de los 90 (estabilidad monetaria internacional, precios relativos de las materias primas energéticas, integración en la CE, etc.). Tampoco hemos hecho referencia a las grandes tendencias del sector a nivel internacional, cuya responsabilidad en lo que ha pasado y tiene que pasar son, sin duda, determinantes.

Todas estas cuestiones, sin embargo deben ser tenidas en cuenta a la hora de definir una estrategia de política turística para Andalucía que necesariamente debe levantarse sobre el enfrentamiento decidido a las deficiencias del sector y el aprovechamiento de sus potencialidades.

La estrategia que defiende el Partido Andalucista se basa en la idea de que los elementos de riesgo sobre el turismo andaluz están vinculados a la naturaleza del modelo de turismo que se ha venido consolidando y que coincide en bastantes de sus parámetros actuales con el modelo tradicional de tres vértices (explotación intensiva o masificación, precios reducidos y dependencia de intermediarios). Si esto se admite habría que considerar que, sin minusvalorar la importancia de factores como la competencia de otros destinos alternativos, las grandes tendencias en el sector a nivel mundial o el control efectivo que ejercen T.T.O.O. sobre nuestros mercados tradicionales, los principales factores de debilidad estructural se encuentran dentro de Andalucía, así como las mejores opciones para su corrección.

Esta situación contiene elementos negativos y positivos de cara a la definición de una estrategia política. Entre los primeros está el hecho de que nos encontramos ante problemas de naturaleza estructural cuyo tratamiento exige medidas en profundidad y a largo plazo (estructurales). Entre los elementos positivos, que las variables claves del problema se encuentran en el interior, y, por tanto, existe la posibilidad de influir directamente sobre ellas.

LA ESTRATEGIA DE LA POLÍTICA TURÍSTICA PARA ANDALUCÍA

1. Consideraciones generales.

- El Turismo constituye, tanto desde un punto de vista social como económico, una actividad de elevado valor estratégico para Andalucía debido a que se constituye en el núcleo de uno de los principales complejos productivos de la región.

-En las zonas de elevada densidad turística la demanda de servicios afecta de manera decisiva la cobertura de equipamientos colectivos con abundantes repercusiones medioambientales (limpieza, saneamientos, presión urbanística, equipamientos sanitarios, transporte urbano e interurbano, etc.). Se establece como consecuencia de ello una estrecha relación con la planificación urbana y medioambiental.

-El turismo ha dejado de ser un consumo de lujo. A pesar de ello y de la indudable elevación en la escala individual de valores, permanece todavía como necesidad residual que la hace particularmente sensible a las alteraciones en los precios relativos y a la inestabilidad cambiaria.

-El entorno macroeconómico internacional es favorable en los momentos actuales, aunque aparecen elementos de incertidumbre respecto al comportamiento de la demanda en alguno de los principales países emisores de turismo hacia Andalucía.

- El enfrentamiento a las consecuencias de la alternancia entre etapas de expansión y crisis que caracteriza al sector tiene que constituir uno de los objetivos a medio plazo de la política turística. A su existencia han contribuido, entre otros factores, los siguientes:

- * Deterioro del entorno (medioambiente, urbanismo, seguridad ciudadana, infraestructuras, etc.).

- * Progresivo alejamiento entre las características de la oferta y las tendencias cada vez más consolidadas en la demanda.

- * Minifundismo empresarial y fragilidad en la posición de los agentes regionales en el mercado turístico.

- * Deterioro del mercado inmobiliario en lo que se refiere al turismo residencial y otros específicos.

- Entre las potencialidades del sector hay que destacar la fórmula "sol y playa", que sigue constituyendo el principal activo de la oferta turística de Andalucía. En su contra, sin embargo, juegan la inadecuada definición del producto (contaminación de las playas, presión urbanística, ...) y la insuficiencia de las ofertas complementarias (cultural, naturaleza, ocio, empresarial, ...). En la evidencia de esta última limitación se encuentran precisamente las principales opciones alternativas al turismo tradicional (turismo rural, deportivo, cultural, etc.).

El contenido de la estrategia de política turística que se propone para Andalucía se ha estructurado en torno a los siguientes puntos:

A.- El escenario en el que se plantea la aplicación de esta propuesta se caracteriza, desde el lado de la oferta, por la rigidez de las estructuras, el creciente distanciamiento de las tendencias dominantes en la demanda y la debilidad de su posición en el mercado nacional e internacional.

Desde el punto de vista de la demanda, se establece que las restricciones que impone el cumplimiento de los objetivos de Maastricht obligará a severos ajustes hasta el comienzo de la última fase de la integración.

B.- El escenario definido descarta la oportunidad de una estrategia de crecimiento o expansión de la actividad. Se considera, en cambio, que se dan las condiciones adecuadas para abordar las reformas necesarias y se propone el establecimiento de una estrategia global de actuación que consiste en la opción decidida de consolidar las posibilidades del sector en un contexto de crecimiento moderado, tanto de cara a los mercados interiores como internacionales.

C.- El eje central de la estrategia consiste en el establecimiento de un Plan de Reestructuración del Sector Turístico Andaluz.

La conveniencia de enmarcar las actuaciones en el contexto de un Plan se justifica por la magnitud y naturaleza estructural de los problemas, así como por la necesidad de asegurar la coherencia entre objetivos e instrumentos durante un período de tiempo determinado.

El hecho de proponer un Plan de Reestructuración se justifica, a su vez, por la idoneidad de este tipo de instrumentos para abordar situaciones como las que se han descrito. Las políticas de reconversión o reestructuración son imprescindibles cuando se dan las siguientes condiciones:

a) Se trata de una actividad clave para el funcionamiento del conjunto de la economía.

b) Cuando su posición en los mercados se deteriora de forma continuada durante un cierto período de tiempo como consecuencia de su progresiva pérdida de competitividad.

c) Cuando los problemas son estructurales (tecnología, productos, etc.) y la iniciativa privada, por sí sola no tiene capacidad para abordar la solución de los problemas, incluso con la ayuda de los instrumentos tradicionales de apoyo a las mejoras de las estructuras del sector.

Estos son los problemas que presentaba la industria española y la europea en general al comienzo de los 80. La opción de los gobiernos fue decidida en el sentido de encontrar las soluciones en la intervención directa sobre la oferta y la respuesta del Gobierno español fue la puesta en marcha de un amplio programa de reconversión y reindustrialización que en algunos casos fue exactamente reconversión (modificar la naturaleza de la actividad) y en otros reestructuración (modificar las estructuras básicas de la actividad mediante la alteración del mapa empresarial a base de fusiones absorciones, creación de empresas públicas, etc.).

Se tuvo entonces la oportunidad de incluir al turismo entre las actividades que debían beneficiarse de un profundo saneamiento de sus estructuras productivas y hay que recordar que a finales de los 70 la problemática del sector presentaba características muy similares a las actuales.

La decisión de limitar el alcance de las políticas de reconversión al sector industrial, con particular énfasis en la que entonces se denominó "línea dura de la reconversión industrial" (siderurgia y naval), se explica por la presión de las regiones más industrializadas, por los intereses de la banca y por la necesidad entonces perentoria de limitar la sangría de recursos públicos que suponía el mantenimiento de las empresas públicas de sector en las condiciones de actividad entonces existentes. Conviene recordar, en este sentido, que entre banca privada y sector público se repartían la mayor parte de los pasivos irrecuperables de las empresas beneficiadas de los programas sectoriales.

D.- El esquema global de la propuesta de Política Turística gira en torno al instrumento central del Plan de Reestructuración, cuyo objetivo último es la recuperación de las condiciones de competitividad del turismo andaluz mediante el desarrollo de dos líneas estratégicas de intervención.

La primera de ellas es de contenido fundamentalmente microeconómico y se nutre de las siguientes políticas :

- Política de producto. Con dos orientaciones fundamentales. La primera, tiene como finalidad desarrollar la capacidad de los agentes locales para definir el perfil del cliente mediante el fortalecimiento de su posición en

el mercado. La segunda, eliminar las circunstancias que inciden negativamente en la definición del producto turístico regional, comenzando por la inmediata puesta en marcha del saneamiento integral del litoral, y la potenciación de las ofertas complementarias.

- Política de empresas. Tiene precisamente como finalidad consolidar la citada posición en el mercado mediante el establecimiento de medidas eficaces de fomento del asociacionismo empresarial y la creación de unidades nuevas con participación pública que estimule la presencia de agentes andaluces en los segmentos de intermediación y transporte.

- Política de recursos. Tiene como finalidad el desarrollo de las potencialidades endógenas de los recursos productivos utilizados por el sector. Una de las líneas preferentes de actuación sería la formación de capital humano.

- Política de oferta. Constituye el eje básico de cualquier Plan de Reestructuración. En la estrategia que aquí se propone debe orientarse hacia la diversificación de la oferta y el fomento de actividades complementarias y turismos específicos.

La segunda tiene como finalidad optimizar las sinergias entre la economía del turismo y el desarrollo regional. Su contenido está impregnado de consideraciones territoriales y consta de dos elementos fundamentales: Estatuto del Municipio Turístico y Planes Turísticos Territoriales.

Ambas medidas se justificarían, por un lado, por la naturaleza de la propia actividad turística, fuertemente consumidora de espacios, servicios e infraestructuras. Por otro, por la vinculación de los problemas a espacios concretos que aconsejarían su tratamiento diferenciado en función de las características singulares de los distintos territorios turísticos de la Comunidad Autónoma.

E.- Desde el punto de vista institucional, es necesario reforzar la capacidad ejecutiva de las administraciones responsables. La actividad turística es consumidora de espacios, de equipamientos, de servicios, infraestructuras, que unas veces son específicos y otras compartidos con la población residente. Como consecuencia de ello, las relaciones entre el sector y el urbanismo, los transportes, el medioambiente, etc., son intensas y a veces conflictivas y, en cualquier caso, deben ser consideradas en el diseño y ejecución del Plan de Reestructuración del Sector.

Desde el sector se viene insistiendo desde hace algún tiempo en la conveniencia de crear una Consejería de Turismo. Esta reivindicación que asume el Partido Andalucista, elevaría el rango de la política turística y presumiblemente el peso del sector en el conjunto de la política económica de la Comunidad Autónoma.

Desde este punto de vista, lo realmente importante es dotarse de un instrumento que articule las acciones de reforma, saneamiento y expansión en equilibrio con los restantes hábitos de la organización social y económica más directamente vinculados al turismo. Este instrumento debe ser una ley del turismo que se constituya en referencia primaria del conjunto de las acciones a contemplar en el Plan de Reestructuración del sector y en los distintos Planes Territoriales que se elaboren .