

EL MARCO COMUNITARIO DEL TURISMO COMO SISTEMA PRODUCTIVO LOCAL EN ANDALUCÍA

RICARDO FRANCO ROJAS Y M^a JOSÉ JIMÉNEZ LARA
Coordinadores de Programas Europeos
Centro de Documentación Europea
Universidad de Sevilla

INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las industrias con mayor crecimiento en Europa, contribuyendo de manera muy importante al sector servicios que, en la Unión Europea, alcanza una cuota en el empleo del 65% y en el PIB del 50%, esto es más del doble que lo hacen la agricultura y la industria conjuntamente. Con carácter general, el turismo supone el 5,5% del PIB de la UE, el 6% del empleo total y más del 30% del comercio exterior de servicios.

En cuanto a las expectativas del sector, se considera que los flujos internacionales del turismo crecerán más rápidamente que los nacionales, estimándose que, en Europa, las llegadas internacionales aumenten en un 57 % tomando el período desde 1.995 al año 2010, pudiéndose alcanzar la cifra de 527 millones de personas. Naturalmente, estas estimaciones se realizan desde la perspectiva de la ampliación de la UE, de la conclusión del proceso de liberalización de los transportes y el desarrollo de las redes transeuropeas, del eficaz funcionamiento del mercado interior y de la rápida expansión de las nuevas tecnologías y, por supuesto, a raíz de la introducción del euro, en la medida en que todos estos factores contribuirán a facilitar los desplazamientos por el territorio comunitario. No obstante, con motivo de los atentados del 11 de septiembre del 2001 no ha podido comprobarse, por el momento, el cumplimiento de esas expectativas sin embargo el retraimiento que ha sufrido el turismo en el mundo se debe más la recesión económica, excepción hecha, naturalmente, del viaje-ro norteamericano o el turismo de aquel país.

De acuerdo con los datos manejados por el Grupo de Alto Nivel (GAN) creado al efecto, se prevén unos índices anuales de crecimiento del turismo en la UE superiores a la media de la economía en su conjunto para los próximos diez años, estimándose que pudieran ser del 2,5% al 4% en cuanto a volumen de negocio y del 1,0% al 1,5% en volumen de empleo. Es decir, crear en ese período de tiempo en el territorio

comunitario entre 2,2 y 3,3 millones de nuevos puestos de trabajo en actividades del sector turístico.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA RECIENTE

Hecha esta primera aproximación al sector, convendría analizar la evolución histórica que el mismo ha experimentado. El Tratado de Roma no otorgaba competencias explícitas a la Comunidad Europea en la materia, pues no fue hasta la entrada en vigor del Tratado de Maastricht, enero de 1993, cuando se hace referencia al turismo en el Tratado de la Comunidad Europea (TCE). Ahora bien, no proporciona una base legal para la adopción de medidas comunitarias sobre el turismo ni tampoco una guía o marco que permita diseñar una política comunitaria turística propiamente.

En los años ochenta, la Comunidad Europea inició una serie de acciones específicas en el sector turístico dada la importancia del mismo en la economía de la UE y, particularmente, por la capacidad que demostraba de aumentar la cohesión entre las regiones europeas. No puede olvidarse que el turismo representa en varios Estados miembros— fundamentalmente, los periféricos como España— la principal fuente de ingresos y de empleo y, en ese sentido, desempeña una función vertebradora a nivel nacional y comunitario.

Posteriormente, el año 1990 tuvo lugar la Declaración del Año Europeo del Turismo, aprobándose un total de 269 proyectos dirigidos a mejorar la distribución geográfica del turismo, perfeccionar el conocimiento del ciudadano en relación con las culturas y los estilos de vida de los distintos Estados miembros, así como también promocionar el turismo intracomunitario.

En 1992, se adoptó un Plan de Acción para asistir al turismo, comprendiendo el período 1993-95, cuyo objetivo era mejorar los conocimientos en el ámbito del turismo, asegurar la coordinación de las medidas comunitarias que afectan al sector, dar a conocer las mejores prácticas en campos como el medio ambiente y el turismo y promocionar a Europa como destino turístico.

En 1995, la Comisión Europea adoptó un Libro Verde sobre el papel de la UE en el sector turístico con vistas a estimular un debate sobre el turismo. Sobre la base de esta iniciativa nació el Programa plurianual PHILOXENIA, para el período 1997-2000, el cual no llegó a ser aprobado al oponerse varios Estados miembros. Este Programa perseguía mejorar el conocimiento del sector y su entorno legislativo y financiero, estimular la calidad y la competitividad del turismo europeo así como incrementar el número de turistas procedentes de terceros países.

En 1997, se celebró la Conferencia Europea sobre el Turismo y Empleo, de donde se partió para analizar la contribución del turismo al crecimiento de la economía europea, principalmente, la posibilidad que ofrecía este sector para la creación de empleo, resultando de ello que la Comisión Europea consideró como prioritario generar puestos de trabajo en el ámbito turístico.

En 1999, la Comisión Europea presentó la Comunicación « Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo», en la que plantea la estrategia de la

actuación comunitaria en el sector para los próximos años, siendo uno de los objetivos fundamentales garantizar la integración de las distintas estrategias y acciones en una perspectiva amplia de desarrollo económico. De hecho, la Comisión está trabajando en el establecimiento de un marco comunitario de consulta y cooperación en el ámbito turístico, con idea de que permita localizar y difundir la información y las mejores prácticas del sector. Debemos recordar que esta iniciativa se produce a petición del Consejo de Ministros a la propia Comisión, para analizar la vinculación entre el turismo y el empleo.

TURISMO Y EMPLEO

Existen propuestas concretas de actuación sobre este punto, con el fin de tener un turismo sostenible de calidad y que sean competitivas las empresas turísticas europeas. Esto es, se trata de explotar mejor la información, adquirir los conocimientos técnicos y perfeccionarlos, innovar creando nuevos métodos y sacar provecho de las mejores prácticas, y todo ello implica comprender mejor cómo están organizados los agentes, su interrelación y su interdependencia, facilitar la adaptación del sector y sus empresas a la evolución del mercado. Esto requiere modificar la oferta turística, la calidad de los productos, la disponibilidad de los recursos humanos competentes y métodos modernos de gestión empresarial, teniendo presente las necesidades de las PYMES.

Las propuestas de actuación serían las siguientes:

- Creación por la Comisión, en cooperación y coordinación con los Estados miembros y los profesionales del sector, de mecanismos para mejorar la integración de los intereses y necesidades de los agentes del turismo en las políticas e iniciativas comunitarias que tengan incidencia en el mismo. Para tal fin, es esencial que funcione la subsidiariedad, principio comunitario que hará mucho más palpable la realidad comunitaria a la sociedad civil, en cuanto que por parte de los distintos operadores se aplicarán con más eficacia los principios rectores de la Comisión en la materia.
- Reforzar el papel del Comité Consultivo del Turismo, de manera que todos los operadores del sector que estén presentes en el mismo puedan debatir sobre aquellas medidas que interesen a los Estados miembros.
- Fomentar una mejor interrelación con los medios profesionales y demás grupos de agentes, organizándose cada año un Foro Europeo del Turismo en el que se discutirán las diferentes propuestas y trabajos preparatorios destinadas al profesional del sector, y en el que estarán presentes los agentes públicos y privados, para definir las prioridades del turismo, destacando, sobre todo, el destino turístico como crisol donde tiene lugar la interacción de dichos agentes.
- La interconexión de los servicios y funciones de apoyo requeridos por las medidas expuestas, de tal forma que los centros especializados nacionales, regionales o locales se ocupen de que los agentes del sector turístico tengan

acceso a esos servicios y funciones. Naturalmente, estas medidas se podrían beneficiar de los instrumentos financieros comunitarios existentes al respecto, como serían los Fondos Estructurales. Sería fundamental que los organismos públicos, al nivel de que se trate, creen grupos de trabajo, seminarios, etc, que faciliten a los agentes el acceso a esos instrumentos financieros, y de esa manera la propia Comisión conocerá de primera mano las necesidades del sector a la hora de definir las prioridades que éste requiere.

- La Comisión y los Estados miembros harán los esfuerzos necesarios para llevar a la práctica las Cuentas Satélites del Turismo (CST). Esto es, determinar los procedimientos de aplicación y las responsabilidades de los distintos agentes, entre ellos los de la profesión turística, fijando un calendario realista, estableciendo un plan de financiación, que se repartirá entre los Estados miembros, la Comisión y los profesionales del turismo. Ya hay prevista una ayuda financiera para una primera fase, en el período 2002-03, por parte de la Comisión con arreglo al programa plurianual para las empresas y el espíritu de empresa, que abarca del 2001 al 2005.
- Fomento del desarrollo sostenible de las actividades turísticas en Europa mediante la definición y la aplicación de la Agenda 21. Esta Agenda aborda aspectos tan importantes como: la protección de los recursos naturales, la integración de los problemas del medio ambiente y la pobreza en la política de turismo, la mejora de la participación de los agentes así como del seguimiento de la aplicación, y la responsabilidad social de las empresas, quedando todos estos aspectos encuadrados en el planteamiento general del desarrollo sostenible fijado para la UE.
- Apoyar la elaboración de documentos de orientación, sobre la base de las necesidades detectadas, por parte de las autoridades europeas, nacionales, regionales y locales, los cuales documentos correspondan a los asuntos generales de interés socioeconómico. Serían, en principio, dos manuales, uno contribuirá a la armonización de los criterios de accesibilidad para los discapacitados, y el otro a la descripción de los espacios de profesionalización en el ámbito del turismo. Debe tenerse presente, en este sentido, que el año 2003 es el Año Europeo de las personas discapacitadas.
- Elaborar y difundir los métodos y herramientas de medición, como son los indicadores de calidad y de evaluación comparativa, que requiere el seguimiento de la calidad de los destinos y servicios turísticos. Ello permitirá analizar y caracterizar las necesidades que aún no se hayan cubierto, realizándose en coordinación con los centros especializados que se hubieren creado al efecto.

Debe señalarse que todas estas medidas se aplicarían también a los países del Espacio Económico Europeo así como a los países candidatos a la adhesión a la UE. Asimismo, y en la medida en que el turismo queda afectado por la globalización, las medidas descritas tendrán repercusión en el plano extraeuropeo, por lo que la Comisión favorecerá las consultas y contactos con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y con la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico),

estando vigilante para que se respeten los intereses del sector en las negociaciones sobre la liberalización de los servicios (GATS) que tiene lugar en el marco de la OMC (Organización Mundial de Comercio).

TURISMO Y MEDIO AMBIENTE

En otro orden de cosas, debemos dar una especial relevancia a las preocupaciones medioambientales en la planificación y la práctica del desarrollo turístico, puesto de manifiesto por la Comisión, sobre todo, a raíz del Tratado de Amsterdam, según el cual toda Política comunitaria ha de ir presidida por el respeto al medio ambiente. Así, el V Programa de Acción en el ámbito del medio ambiente y el desarrollo sostenible es un elemento clave, contemplándose una serie de acciones:

1. La integración de las consideraciones medioambientales en el turismo, en lo que se refiere a la planificación integrada de la utilización del suelo y a medidas más estrictas de control.
2. La definición de un marco para la protección de zonas sensibles, especialmente el Mediterráneo, el Báltico, los Alpes y las zonas costeras.
3. La mejora de la información ofrecida al turista, en cuanto a que éste esté informado sobre la situación del medio ambiente y lo respete atendiendo a esta nueva forma de entender el turismo.
4. La gestión de los flujos turísticos para respetar la capacidad de transporte de los lugares turísticos.

Igualmente, esta idea está enmarcada en los objetivos de desarrollo rural y de una agricultura sostenible, de acuerdo con los nuevos parámetros en los que se mueve la nueva Política Agrícola Común. En efecto, estos objetivos contribuirán notablemente a conservar el paisaje cultural y natural, así como la biodiversidad y los hábitats que constituyen el atractivo turístico de las zonas rurales de Europa. En este sentido, debe mencionarse la Comunicación de la Comisión « Orientaciones para una agricultura sostenible », en la que se incide en el potencial del turismo para lograr la diversificación de las actividades económicas, particularmente en las áreas donde el sector agrario está en declive. Estos aspectos son fundamentales como planteamiento global para satisfacer las demandas del turista, que incluya la mejora de la formación y la protección del patrimonio natural (paisaje y biodiversidad) y cultural (arquitectura, artesanía y tradiciones), significándose que la Comisión ha realizado tres estudios sobre gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos urbanos, rurales y costeros, que permiten avanzar en el desarrollo de un turismo sostenible de calidad.

CARTA EUROPEA DEL TURISMO

Esta preocupación de la Comisión ha sido recogida de manera clara en la Carta Europea del Turismo Sostenible de los Espacios Protegidos, la cual favorece la apli-

cación correcta del concepto de desarrollo sostenible, e implica la conservación de los recursos para las generaciones futuras, un desarrollo económico viable y un desarrollo social equitativo. Este turismo pretende, en definitiva, responder a las expectativas de los nuevos clientes europeos, dándole un nuevo sentido al viajar, como puede ser, tomarse el tiempo preciso para descubrir y conocer otras gentes, otros lugares y enriquecerse con ello. Por tanto, la adhesión a la Carta debe conducir a la definición de una estrategia plurianual de desarrollo turístico sostenible y de un programa de acciones contractuales por y para el territorio y las empresas firmantes.

Como ejemplos de las implicaciones que tendría la adhesión a la Carta, podríamos señalar la elección de una aproximación estratégica, esto es, hacer un diagnóstico, consultar e implicar a los colaboradores, fijar objetivos estratégicos, asignar los medios necesarios, llevar a cabo un programa de acciones y evaluar los resultados. Si nos referimos al espacio protegido, se trata de diagnosticar las necesidades del territorio, con sus problemas y oportunidades, y que sea aprobado por los colaboradores. Este acercamiento, pues, tiene como objetivo definir la orientación turística más apropiada para el conjunto del territorio. Si se trata de la empresa turística, el diagnóstico analiza la adecuación entre su oferta y las expectativas de los visitantes y las medidas que hay que tomar para la valoración del patrimonio local. Y en relación con las agencias de viajes, este acercamiento se traduce en el análisis de la compatibilidad entre su oferta y los objetivos de la zona.

La Carta también se refiere a la ética del turismo sostenible, es decir que los firmantes de la misma se comprometen a adoptar una ética comercial basada en el respeto por el cliente y el establecimiento de una política de precios justa. Asimismo, la ética estará presente en su política de acogida, favoreciendo el acceso a los espacios protegidos a todos los públicos y, en concreto, a los estudiantes, a los jóvenes, a los ancianos y a los discapacitados.

Todo ello ha de ir presidido por un método de trabajo basado en la colaboración, de forma que se traduzca en una contractualización y una cooperación intensa y franca entre la institución encargada de la gestión del espacio protegido, los proveedores turísticos, los operadores de viaje (tours operators) y el resto de actores locales. Esto es, la Carta favorece que haya una responsabilidad compartida y compromisos individuales y colectivos. Por ejemplo, en cuanto al espacio protegido, se suscita la implicación de la autoridad responsable en la gestión del área oficialmente protegida, en el sentido de que la estrategia propuesta se desarrolle en colaboración con los representantes de la empresa turística, con los del resto de sectores económicos y de la población local, así como también con las autoridades locales. En cuanto a la empresa turística situada en el espacio protegido, la Carta suscita la adhesión del Director de la empresa a la aplicación de los principios del desarrollo del turismo sostenible en dicho espacio. Y, por último, en relación con el operador de viajes en general o especialista en viajes a espacios protegidos, la Carta suscita la adhesión del responsable de la empresa a que integre los principios del desarrollo sostenible a su oferta.

En suma, todos los firmantes de la Carta se comprometen a respetar las reglas básicas del turismo, cuáles son:

- Las reglas comerciales. Se refiere al respeto de los cupos asignados, y a las comisiones de los intermediarios.
- La competencia técnica.
- La calidad y la rapidez de la información.
- El respeto del derecho del turismo.
- La preferencia por la iniciativa privada.

FORMACIÓN

En la Política turística hay un aspecto fundamental para una eficaz ejecución de la misma, cual es la formación. Ciertamente, las acciones en este ámbito son claves para la competitividad y el futuro del sector turístico en la UE, debiendo pasar por establecer vínculos estrechos entre el mundo laboral y los centros de enseñanza y formación. El fomento de establecimientos de sistemas de planificación y previsión de la evolución de las necesidades en el ámbito del empleo aumentarían el atractivo de los puestos del sector garantizando servicios de alta calidad. En este sentido, las directrices de los Fondos Estructurales del período 2000-2006 recomiendan que los planes de estos Fondos tengan en cuenta la mejora de la calidad de las calificaciones y perfiles profesionales, con el fin de responder a las expectativas de los turistas y a las necesidades de la industria.

La formación es, por tanto, el instrumento prioritario para poner en práctica la estrategia de desarrollo turístico sostenible en el territorio, organizándose programas formativos sobre la materia para los técnicos del espacio protegido, los colaboradores y los operadores turísticos. El responsable de la empresa turística se responsabilizará de que su personal –de venta, mayoristas, guías acompañantes– esté debidamente formado, participando en seminarios sobre el patrimonio local, natural y cultural de las zonas visitadas, lo cual contribuirá a la mejora de la calidad de la información de los clientes. Igualmente, se sensibilizará al personal sobre las medidas que deben tomarse para ahorrar recursos en agua y energía, y que seleccione preferentemente productos reciclables para ser más respetuosos con el medio ambiente.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. NUEVAS TECNOLOGÍAS

Otro capítulo importante a destacar es el relativo a la sociedad de la información, en el que el turismo se beneficia directamente de las actividades que contribuyen a la instauración de servicios personalizados de alta calidad para los ciudadanos europeos, al desarrollo de aplicaciones tecnológicas innovadoras, que permitan una mayor interconexión y una mejora de la gestión basada en la recepción y el tratamiento más rápidos de la información comercial, así como la definición de medidas de normalización.

En este capítulo, entre las acciones comunitarias emprendidas se reseñan aquéllas destinadas a asegurar la protección de los consumidores –por ejemplo, el formulario

europeo de reclamación para los litigios intracomunitarios–; las iniciativas en el ámbito del comercio y turismo –Libro Blanco del comercio que incluye iniciativas en materia turística–; las actuaciones para garantizar la igualdad de condiciones –la Comisión ha elaborado unas guías para turistas discapacitados–; las acciones contra el turismo sexual de menores –Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las medidas de lucha contra el turismo sexual que afecta a los niños–; o para preparar el sector al euro y, por último, todas las medidas a favor de las Pymes del sector, recogidas en la Agenda 2010.

PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO

En cuanto a las perspectivas y tendencias futuras, debe indicarse que no existe aún consenso entre los Estados miembros acerca del desarrollo del sector turístico ni tampoco se reconoce su papel en el proceso de construcción europea, lo cual es una dificultad importante para aprovechar el potencial que ofrece el turismo a nivel de la UE.

No obstante, es cierto que existe la intención de continuar los esfuerzos por parte de la Comisión de elaborar una estrategia que permita a todos los intervinientes en el sector, en todos los niveles de responsabilidad, contribuir al debate sobre objetivos comunes, el intercambio de conocimientos, el fomento de la innovación, y una mayor transparencia y calidad en la planificación y en el proceso legislativo. Y este esfuerzo es en pos de apoyar el crecimiento sostenible del sector y aprovechar al máximo su capacidad de generar empleos, como lo demuestra la Comunicación de la Comisión sobre el Turismo y el Empleo a la que aludimos anteriormente.

Ciertamente, y en relación con esas perspectivas, la Comisión tiene previsto presentar antes de final de año una Comunicación sobre el Turismo en la UE, en la que están colaborando también los Estados miembros y la industria turística, con vistas a reforzar la competitividad y el desarrollo sostenible del mismo, especialmente, mediante la promoción del uso de las nuevas tecnologías. En concreto, se han creado cinco grupos de trabajo que tratarán los siguientes temas:

- Facilitar el intercambio y la difusión de la información, naturalmente a través de las nuevas tecnologías.
- Mejorar la formación para aumentar los conocimientos, la competitividad y las oportunidades del empleo en el sector.
- Mejorar la calidad de los productos turísticos, en el sentido de que es necesaria una gestión integrada de la calidad para tener en cuenta los negocios turísticos, los intereses de los turistas, la población local y el medio ambiente. Esta idea va muy en la línea de la Carta Europea sobre el Turismo a la que nos referimos más arriba.
- Promover la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible del turismo.
- Gestionar el impacto del uso de las nuevas tecnologías de la sociedad de la información y los nuevos servicios de información y marketing on-line, afectan-

do al sistema de comercialización, ventas y reservas del turismo. Por tal motivo, la Comisión está llevando a cabo estudios sobre las nuevas tecnologías, el impacto del comercio electrónico en la industria del turismo y las necesidades del sector.

Estas perspectivas del turismo desde el punto de vista comunitario hemos de en-garzarlas con las tendencias últimas del mercado a nivel mundial, poniendo en valor las características principales de la demanda turística, de forma que las medidas que en el plano comunitario se dicten recojan las preocupaciones y orientaciones que tenemos del resto del mundo, de acuerdo con la OMT (Organización Mundial de Turismo).

Estas tendencias apuntan a una reducción de las vacaciones, es decir una mayor fragmentación de las mismas debido a la reducción de la jornada laboral y al aumento de los días de vacaciones pagadas. El turista demanda vacaciones a la medida, según se desprende de la madurez de una parte de aquélla y por el uso de los sistemas de información avanzados. Igualmente, hay un aumento en demandar alojamientos hoteleros no convencionales, en cuanto que se prefiere unas vacaciones experimentales, o sea una vivencia participativa completa que permita adquirir el mayor conocimiento y hacerlo experimentando emociones auténticas, valorándose considerablemente que las actuaciones turísticas se ajusten a criterios de desarrollo sostenible y de comercio justo. Ello va unido a la irrupción de destinos emergentes, como pueden ser aquéllos con menores trabas fronterizas, lo cual indica una segmentación de la demanda, esto es entrelazar diversos motivos tradicionales de viajes, como por ejemplo, el viaje de novios junto con destinos en los que aparte de sol y playa, se acceda a la cultura y/o a cruceros temáticos. Finalmente, entre estas tendencias se aprecia un aumento de turistas de la tercera edad, un gran peso en la demanda que están teniendo los movimientos migratorios y los procesos de integración económica.

Y por parte de la oferta, se ha producido un importante cambio en las estrategias de integración empresarial y en las prioridades de la gestión, modificándose la configuración del sector del transporte aéreo, y registrándose avances en los sistemas de distribución. Esto es muy destacable en lo que se refiere a una oferta atomizada para determinados destinos frente a grupos más potentes en el transporte y en la distribución. En este sentido, se considera esencial que la oferta se adelante a la demanda para atenderla debidamente en cuanto a calidad y proporcionar al cliente la creación y acreditación de marcas, apuntándose incluso que se está tratando de establecer criterios de calidad homologados por sistemas de acreditación reconocidos.

INSTRUMENTOS FINANCIEROS DEL TURISMO

Es importante destacar el esfuerzo realizado desde el punto de vista presupuestario por parte de la UE, significándose que la mayor contribución al sector turístico se lleva a cabo por la Dirección General de Política Regional de la Comisión Europea, concretamente a través de los Fondos Estructurales, pues entre 1994 y 1999 se canalizaron por medio del FEDER 4.700 millones de euros. Esta cifra es indicativa de la

importancia del turismo como locomotora de la actividad turística en muchas zonas de la UE, principalmente en aquéllas que sufre el declive industrial o que sean de carácter rural.

LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

Según SAETA (Servicio de Análisis Estadístico del Turismo andaluz), en el año 2001 Andalucía recibió un total de 20,76 millones de turistas lo que ha supuesto un crecimiento del 10,9% respecto al año anterior. Tanto el mercado español como el extranjero han mostrado un comportamiento dinámico alcanzando tasas muy similares (10,7% y 11,3% respectivamente). Sus principales mercados extranjeros, Reino Unido y Alemania, también terminaron ese año con cifras superiores a las de 2000, destacando el incremento registrado en el número de turistas británicos que ha alcanzado el 19%, frente al 6,76% de los alemanes.

En cuanto a los ingresos por turismo obtenidos a lo largo de 2001, se estiman en torno a 13.160,95 millones de Euros (2,19 billones de pesetas), sobrepasando por primera vez la barrera de los 2 billones de pesetas. Esto implica un crecimiento del 7,5% real con respecto al año anterior el cual se caracterizó como un año de estabilidad. Este comportamiento contrasta con el registrado en la economía andaluza en su conjunto para el año 2001 que se ha caracterizado por mostrar una desaceleración del crecimiento.

Para satisfacer la demanda turística se estima que la economía andaluza ha tenido que producir en torno a 11.483,25 millones de euros (1,9 billones de pesetas), lo que significa una aportación de en torno al 13% del PIB andaluz.

Las mismas fuentes puntan que el número total de plazas de alojamiento ofertadas en Andalucía a 31 de Diciembre de 2001 según el Registro de Turismo de Andalucía ha sido de 337.955, lo que ha supuesto un incremento del 5,1% respecto al año anterior, en el cual han participado todas las tipologías de alojamientos turísticos.

Los hoteles son los establecimientos que más cuota de participación tienen en el conjunto total de plazas de alojamiento ofertadas en la Comunidad Autónoma Andaluza (48,1%) además de haber presentado el mayor incremento interanual (7,3%) en el año 2001.

Los restaurantes y las cafeterías ofertan un total de 556.541 plazas en el conjunto de Andalucía, presentando un incremento del 5,6% respecto al año anterior. El 89,4% de dichas plazas pertenecen a los restaurantes y el resto a cafeterías.

El total de establecimientos de Agencias de Viajes es de 1.158 para el año 2001, lo que ha supuesto una aumento de 90 establecimientos.

Todos estos datos demuestran cómo Andalucía ha puesto en valor uno de sus principales recursos, el turismo, convirtiéndolo en una, la más importante, de sus locomotoras en su camino hacia un desarrollo pleno. Más aún Andalucía ha convertido el ocio en un verdadero negocio.

Sin duda fue la sostenibilidad en sentido amplio, es decir, su proyección en el tiempo, de esta, hoy, primera industria de Andalucía requiere una visión distinta desde la UE y el propio Estado. En efecto, desde el punto de vista del desarrollo local, la cohesión territorial o la complementación cuando no sustituciones de actividades tradicionales económicas, el turismo debe ser visto en el sur de Europa como una actividad unifrontal que requiere apoyos y ayudas para permitir su desarrollo sostenible. Todo esto implica, primero, un cambio de mentalidad en el centro europeo, por lo general sujeto del turismo, que debe entender a esta industria en su dimensión global y, segundo, un cambio en las políticas europeas, con repercusión presupuestaria, que contemple todas las inversiones en infraestructuras, medio ambiente, I + D, formación o transportes como parte del marco necesario para sostener en el tiempo una de las industrias que sin apoyo externo, caso de Andalucía, están vertebrando económicamente al país y contribuyendo a mantener las cuentas públicas en unos niveles adecuados. En todo caso, Andalucía, gracias a su apuesta, tiene identidad propia en materia turística en el mercado mundial y puede considerarse una interesante experiencia en el cambio hacia el desarrollo de los pueblos dentro de un modelo de sostenibilidad.