

TURISMO, FACTOR DE DESARROLLO Y PROGRESO

Buenos días a todos; profesores y estudiantes de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia y medios de comunicación que nos acompañan en este acto organizado por la Escuela y en el que, me cabe el honor, de que se me haya hecho participe. Un doble honor: como representante de la Federación de Municipios y Provincias de la Región de Murcia y como Alcalde de la Ciudad de Murcia.

Quiero dejar patente que estas dos representaciones constituyen el mejor premio y el mayor orgullo que una persona que vive, quiere y trabaja por el presente y el futuro de una comunidad puede ostentar. Yo he tenido esa doble suerte.

Mi trabajo al frente de la Federación de Municipios y Provincias de la Región me otorga la posibilidad de conocer de cerca la vastedad y complejidad que encierra el ámbito municipal de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia al completo. Una Región cuya gran diversidad

geográfica y cultural enriquece a los que en ella vivimos y, por supuesto, a los que desde las Administraciones Públicas trabajamos por y para ella.

Yo diría que, de manera fundamental, somos los Alcaldes al frente de cada uno de los municipios de la Región -trabajando en el día a día para conservar lo mejor de su patrimonio y mejorarlos y modernizarlos en todos aquellos aspectos que la sociedad y la forma de vida de hoy en día exige- los que de manera más profunda sentimos esta clase de suerte y agradecimiento hacia una Región y unas gentes que nos han confiado la organización y administración de sus pueblos y ciudades y que nos devuelven, con creces, todo el empeño y el trabajo que venimos desarrollando para lograr el mayor progreso y prosperidad posibles.

Mi presencia aquí obedece a que los alumnos de la trigésimo sexta (36) promoción de Diplomados de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia así lo han querido.

Lo han querido porque han otorgado su galardón anual, la Paloma del Turismo 2005, a la Federación de Municipios de la Región de Murcia que, como he dicho, me honra presidir.

Con este galardón, los nuevos diplomados -que hoy son cantera pero que, en un futuro inmediato, muchos de ellos serán los gestores de una de las principales industrias de nuestro País: la turística- han querido expresar su reconocimiento a todos los alcaldes que presiden los municipios de la Región.

Municipios de mayor o menor extensión; de mayor o menor número de habitantes; con mayor o menor presupuesto; del interior o de la costa; pero todos, con un denominador común: estar apostando fuerte por la promoción turística de su territorio. Alcaldes que están invirtiendo en un sector que constituye, o está en vías de constituir, uno de los principales motores de la actividad económica de sus municipios y, por ende, de nuestra

Comunidad Autónoma. No olvidemos que cada municipio, con la actividad turística que desarrolla, está contribuyendo al crecimiento del PIB regional (7% del PIB/ejercicio 2003), y que esta creación de riqueza revierte posteriormente en el propio municipio. Basta comprobar la cantidad de planes de dinamización turística, consorcios turísticos y otros convenios a través de los cuales en esta última década la Administración Regional, junto con la Administración Local, está inyectando recursos económicos a la industria turística.

Las sociedades avanzadas han situado al turismo en un lugar preferente entre las opciones desplegadas por los ciudadanos para pasar su tiempo libre. Las motivaciones que inducen estas prácticas son el ocio, el descanso, la cultura, la religión, la salud y las prácticas deportivas, a lo que hay que añadir los viajes asociados a negocios y las visitas a familiares, entre otras numerosas razones.

En la última década, la cifra de desplazamientos asociados al turismo, en sentido amplio, se ha expandido de forma espectacular, llegando la Organización Mundial del

Turismo a estimar un total de setecientos millones de llegadas internacionales en 2003. Las previsiones señalan que se podrían llegar a duplicar estos registros dentro de quince años, aunque con un desigual reparto según zonas del Planeta.

Sin embargo, no resulta difícil reconocer que existen diferencias entre el turismo de ayer y el de hoy que trascienden la evolución meramente cuantitativa.

El espectro de posibilidades turísticas se viene ampliando progresivamente. Junto a los destinos tradicionales y plenamente consolidados, se vienen abriendo paso nuevas opciones de disfrute vacacional en localizaciones menos conocidas, pero que ganan terreno a gran velocidad gracias a una competencia basada en precios competitivos, a la que se han unido en los últimos años las ventajas en costes asociadas a las indiscutibles mejoras de las comunicaciones.

Las implicaciones económicas de las actividades turísticas resultan igualmente significativas, merced a los efectos multiplicadores que generan y a su repercusión en el avance de otras parcelas de negocio de carácter tangencialmente turístico.

Esta circunstancia es reconocida por muchos territorios que ven en la orientación turística una estrategia positiva para su desarrollo económico. No obstante, no resultan baladíes los esfuerzos realizados a la hora de impulsar un avance coordinado del desarrollo turístico, ya que, junto a las oportunidades, pueden aparecer deseconomías que, de no ser tenidas en cuenta a la hora de abordar la expansión turística, pasarían a constituir los principales elementos estranguladores del proceso.

La opción por la sostenibilidad es, en consecuencia, un elemento inexcusable en la apuesta por el turismo del futuro.

En la aproximación a la evaluación de la importancia del turismo en España hay que destacar que la aportación de las actividades turísticas al producto interior bruto supera el 12 por 100 y proporciona empleo a cerca de 1.500.000 personas, lo que representa una tercera parte del empleo en los servicios, excluido el comercio.

Estos indicadores ponen en evidencia que el turismo constituye una de las actividades económicas de mayor calado en el panorama nacional, llegando a constituir la principal fuente de generación de renta en algunos municipios españoles con una apreciada veteranía en esta especialización.

En el conjunto de España, desde 1970 se han triplicado las plazas disponibles en hoteles. Paralelamente, se han desarrollado otras propuestas como el campismo, los apartamentos y, más recientemente, el turismo rural, lo que aumenta el potencial de acogida.

Las diversas ramas de actividad que componen el sector turístico eleva el número de negocios por encima de las 450.000 empresas, número en el que conviven pequeñas sociedades familiares con empresas societarias de gran tamaño, lo que exige estrategias abiertamente diferenciadas.

En los años más recientes, España ha ido afianzando su posición en el espectro de destinos turísticos a escala mundial y ocupa el segundo lugar entre las preferencias de los turistas, por detrás de Francia y superando en el ranking a EE.UU.

En el ejercicio de 2003 llegaron al conjunto de los destinos nacionales algo más de 52 millones de turistas extranjeros, con una cuota del 7,5 por 100 del mercado mundial. Estos visitantes generaron ingresos por valor de 37 millardos de euros, lo que sitúa a España nuevamente como segunda plaza en el contexto mundial, aunque en este caso tras EE.UU. y por delante de Francia.

La aportación de divisas turísticas continúa resultando un balón de oxígeno con el que compensar el tradicional déficit comercial español; el saldo de la sub-balanza de turismo y viajes del ejercicio 2003 permitió una tasa de cobertura del 78 por 100, contribuyendo, en definitiva, al desarrollo económico y a la modernización del país.

El turismo es, pues, un sector de actividad transversal, donde conviven un nutrido y diferenciado conjunto de servicios y negocios de muy diversa índole y con estrategias dispares.

Junto a los servicios de hotelería y agencias de viaje, que vendrían a representar el núcleo clásico de la especialización turística, se encuentra una miscelánea de empresas que, con divergente nivel de participación, obtienen parte de su cifra de negocios por el desarrollo de actividades demandadas por los turistas. Tal es el caso de la restauración, el transporte, los servicios relacionados con el ocio, las empresas deportivas e incluso el sector comercial y la construcción.

Conviene destacar que la delimitación de lo turístico contiene, en sí misma, parte de la dificultad analítica de esta actividad. Pues más allá de las posiciones minimalistas, que reducen el turismo a lo estrictamente comercializado por empresas inequívocamente turísticas (hoteles, campings, turoperadores o agencias de viajes), se encuentran las maximalistas, que catalogan como totalmente turísticas a actividades que en puridad tan sólo lo son parcialmente, como los restaurantes, con lo que es fácil comprender cómo se amplían de forma sustancial los límites de la economía turística.

La sostenibilidad en el turismo

La interrelación entre turismo y medio ambiente, desde la faceta de la sostenibilidad, es insuficiente para una gestión sostenible.

La consecución de un equilibrio estable entre objetivos sociales, económicos y ambientales que forjen los pilares

clave para el desarrollo de las actividades vinculadas al turismo, como son el espacio físico y el territorio receptor; la sociedad local de acogida, que posee una identidad propia, y los oportunos clientes o visitantes, confieren sentido al concepto de desarrollo turístico sostenible.

La idiosincrasia de estas actividades conforma un sistema de complejas relaciones que deben interpretarse concienzudamente para proceder a su correcta planificación y gestión. La realidad obliga a hablar no de turismo sostenible, sino avanzando un poco más, de destinos sostenibles.

El desarrollo de sistemas de indicadores, como herramientas para identificar los problemas medioambientales y la presión turística ejercida sobre el territorio, permite la construcción de modelos territoriales que favorecen la identificación de los problemas generados por las actividades turísticas, y ayuda a definir y desarrollar las oportunas políticas activas de actuación.

La escala local constituye el ámbito espacial que los autores consideran como el más idóneo para el estudio de las disfunciones en el medio ambiente, ya que representa el nivel de desagregación donde habitualmente se detectan con mayor nitidez los impactos territoriales producidos por las prácticas turísticas.

Desde la óptica del turismo, la sostenibilidad implica, por un lado, que se configure una fuente estable de generación de renta y de riqueza para el destino de acogida, y, por otro, que se realice una gestión consecuente de los recursos que participan en la definición del producto turístico, donde se deben incluir aspectos de calidad ambiental y la dotación de otros servicios auxiliares, de mayor o menor utilización por parte de los visitantes, tales como las infraestructuras, los servicios sanitarios y la valoración de la cultura. La diferenciación de un producto sobre recursos endógenos referidos a su propio territorio y su realidad social puede constituir una buena estrategia sostenible.

El turismo rural

El turismo rural ha crecido notablemente en los últimos años, tanto en número de plazas existentes y empresas, como en número de visitantes, teniendo incidencia asimismo sobre la oferta complementaria.

Así, las actividades ligadas a este turismo contribuyen notablemente a la generación de riqueza y a la creación de empleo en los diferentes espacios donde ha ido arraigando esta especialización, y las expectativas apuntan a un continuo crecimiento que favorecerá la potenciación de la oferta de alojamiento y la diversificación del producto.

De todas formas, resultará imprescindible encuadrar este turismo en los cánones de la calidad (como marchamo de gestión empresarial) y de la sostenibilidad (que resulta inherente al turismo rural que se nutre del entorno y de la cultura) como bastiones de su afianzamiento productivo.

La estrategia reactiva iniciada a mediados de los ochenta, orientada a corregir las disfunciones generadas por el período de introducción y expansión turística, dirigida a acciones de reordenación urbanística, dotación de infraestructuras y, más recientemente, a la mejora de la imagen y las condiciones de calidad de los destinos.

En segundo término presenta la estrategia iniciada a principios de los noventa, que se concreta en la singularización de las ofertas a través de la incorporación de nuevos productos como el turismo deportivo y náutico, el desarrollo de parques temáticos y el turismo de salud, para concluir que su desarrollo ha podido constituir un verdadero factor de especialización territorial.

Y, por último, la tercera generación de estrategias, la más reciente en el tiempo, pues se circunscribe a mediados de la década de los noventa, que cabría denominar estrategia de la sostenibilidad, ya que se orienta hacia la recuperación y aprovechamiento de los valores culturales y

ambientales de los destinos, como señas de identidad intransferibles.

Turismo en Murcia

Es una realidad que nuestra Región, hasta hace bien poco, no era precisamente puntera en el panorama turístico español. Sin embargo, en los últimos años, nuestra Comunidad viene sorprendiendo a propios y extraños con la puesta en valor y la promoción de una serie de recursos turísticos de incuestionable valor dentro del sector.

Desde las administraciones públicas, somos conscientes de que la explotación del potencial en recursos turísticos que ofrece nuestra región -siempre dentro del mayor equilibrio y sostenibilidad- es una excelente forma de crear riqueza y de configurar, dentro del propio paisaje o de nuestros núcleos urbanos -repito que de forma armónica-, una identidad propia y de calidad.

Poner en valor, de cara a la industria turística, unos recursos que estaban desaprovechados o, en algunas ocasiones, en un franco proceso de deterioro, ha sido, y es, una labor en la que tanto los alcaldes de los municipios de la Comunidad Autónoma, como la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo, hemos puesto todo nuestro empeño.

Los resultados están a la vista: programas de mejora y promoción de nuestros recursos de aguas termales, el llamado **Turismo de Salud y Belleza**; consorcios para el desarrollo turístico de nuestras ciudades, como **Murcia, Cruce de Caminos; Lorca, Taller del Tiempo; Cartagena, Puerto de Culturas**; o, para el desarrollo del turismo religioso, como **Caravaca Jubilar**; otros para la explotación y desarrollo de los deportes náuticos y zonas costeras como el **Consortio Náutico del Mar Menor**.

Todo ello sin olvidar planes dinamizadores específicos para la puesta en valor de términos o espacios naturales como el del Valle de Ricote; Murcia El Valle; Nordeste-Altiplano o el de Sierra Minera-La Unión, entre otros.

En cuanto al turismo de interior o rural, que hasta hace escasas fechas era inexistente en nuestra Región, hoy en día desde distintas asociaciones empresariales (Noratur, Atuvar, Turacruz, Intur, etc.), con el apoyo de la Administración Pública, están llevando a cabo una encomiable labor en cuanto a la creación de infraestructuras y gestión de recursos en el sector del turismo rural.

¿Que nos queda todavía mucho que hacer? Indudablemente. Pero, atención, para todo lo que hay por desarrollar dentro de este campo, tan apasionante como productivo, cada vez es más necesario contar con buenos profesionales, por lo que vuestra colaboración se hace precisa en mayor medida.

Habéis elegido una profesión que os puede dar muchas satisfacciones, pero ojo, la labor es ardua. La gestión turística requiere el conocimiento de aspectos diversos relacionados con campos y sectores diversos. Al

profesional del Turismo se le exige una formación muy compleja.

Sea donde sea el lugar en el que vayáis a ejercer como profesionales, en esta Región o fuera de ella, deberéis conocer y tener en cuenta para el desarrollo de cualquier proyecto aspectos geográficos y medioambientales, recursos económicos y naturales del lugar, historia y cultura, marketing e imagen, gestión de recursos humanos y tantas otras materias.

El reto que se os avecina es enorme. Sin embargo, tendréis la posibilidad de desarrollar vuestras dotes de ingenio y creatividad. Tendréis que gestionar y comercializar recursos, crear demandas y permanecer en una continúa alerta renovadora. La competencia en el sector es descomunal. Pero os aseguro que los resultados son gratificantes.

Tengo que deciros que yo experimento este tipo de sentimiento cuando constato que la afluencia de visitantes

a nuestra ciudad es mayor cada día; cuando las estadísticas nos muestran que el número de pernoctaciones en hoteles ha crecido de forma considerable; cuando nuevas cadenas hoteleras, debido a la demanda existente, abren las puertas de nuevos establecimientos hoteleros en nuestra ciudad (en los últimos dos años las cadenas ACCOR, ACE y SANTOS han abierto 4 nuevos establecimientos hoteleros de 3 y 4 estrellas); cuando compruebo como nuestro Palacio de Congresos tiene comprometidas sus salas con 2 y 3 años de antelación para la celebración de congresos, convenciones, etc.

A propósito del turismo de congresos, hay que recordar que la Federación Española de Municipios y Provincias, a mediados de los 90, fue pionera en este sector, creando su Sección de Ciudades de Congresos, y dentro de ella el Spain Convention Bureau, con el objeto de prestar apoyo a las grandes ciudades, en su política de promoción y captación de este tipo de turismo que, no obedeciendo al modelo tradicional, suponía, sin embargo, una fuente de ingresos importante.

Os diré que el gasto medio de un congresista en nuestra ciudad, en el ejercicio 2003, fue de 256 €/día, frente a los 76 €/día del turista convencional. Esta ratio de 3:1 es muy significativa. El turismo de congresos es muy rentable. Como sabéis el Ayuntamiento de Murcia pertenece a la Sección de Ciudades de Congresos de la Federación Española de Municipios y Provincias, y desde el año 1998 tiene abierta una Oficina de Congresos, adscrita al Spain Convention Bureau.

A pesar de lo que, entre todos, estamos consiguiendo, no debemos echar las campanas al vuelo. Una acción demanda otra nueva. No se puede bajar la guardia en este sector que, como os digo, es fuertemente competitivo.

Es un sector muy atractivo desde cualquier punto de vista, desde luego, pero en el que hay que aunar esfuerzos de las administraciones públicas y empresas públicas y privadas del sector, y, por supuesto, un sector que necesita de una gran cantidad de recursos humanos formados en

facultades o escuelas técnicas para la explotación y gestión de infraestructuras y recursos. Hoy en día, para estar en los primeros puestos del ranking nacional, tenemos que ofrecer calidad y esto solo se podrá llevar a cabo contando con los mejores profesionales.

Nada más. Sólo me resta agradecer a la trigésimo sexta promoción de Diplomados de la Escuela de Turismo de la Universidad de Murcia el galardón que han decidido entregar a la Federación de Municipios de la Región de Murcia, como reconocimiento a la labor de todos los alcaldes de la Región dentro del sector turístico.

Asimismo, felicitaros por la consecución de esta Diplomatura que habéis obtenido y que, sin duda, os abre las puertas a un mundo laboral en el que se está reclamando vuestra presencia.

Enhorabuena a todos.

Miguel Ángel Cámara Botía

23 de febrero de 2005