

## **RETOS Y EXPECTATIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO**

Los datos y cifras del turismo regional invitan a una reflexión profunda acerca de las razones por las que una Región con un clima excepcional y abierta al Mediterráneo, está tan alejada de los logros que ha conseguido el sector turístico de otras comunidades vecinas de características similares a la nuestra. Un sector que este año ha generado el 16,2 % del total de los empleos de la economía regional en los ocho primeros meses de este año (92.771 contratos hasta agosto), merece una mayor atención y un mayor esfuerzo de mejora.

En un momento en que la mayoría de los indicadores turísticos del país mejoran de forma considerable, en nuestra región estos mismos índices, aún siendo mejores que en años anteriores, presentan incrementos menores a la media nacional y en algunos casos incluso existen decrecimientos porcentuales significativos (el turismo interior, nuestra principal fuente de ingresos, creció sólo un 4,3 % frente al 7,4% de España). Estos datos nos deberían de alertar y situarnos en la búsqueda de la activación de los mecanismos necesarios que corrijan cuanto antes esta tendencia.

Datos como la reducción de pasajeros que presenta el aeropuerto de San Javier (-2%) palidecen respecto al aumento del 5,2% al que asciende la media de incremento de pasajeros del resto de aeropuertos españoles (cifras acumuladas en 2015 vs. cifras acumuladas de 2014).

La Región de Murcia recibió un incremento del 1,7% de turistas extranjeros respecto del mismo periodo de 2014, mientras que la media nacional se sitúa en una subida del 4,1%.

En lo que se refiere al turismo nacional, la Encuesta de Turismo de Residentes, publicada por el INE sitúa a Murcia como el tercer destino menos elegido por los españoles para una escapada de fin de semana, un viaje, o sus vacaciones.

Si convenimos en que en Murcia convergen una serie de hechos diferenciales favorables como ser una de las provincias con más horas de sol de España, gozar de una importante oferta cultural, ofrecer una gran variedad de playas con una alta calidad de sus aguas en una gran parte de la franja costera, disponer de entornos únicos para el uso de los deportes náuticos, una gastronomía excelente, una buena oferta de parques comerciales... habría que preguntarse por las causas que nos impiden desarrollarnos de acuerdo a nuestras grandes posibilidades. ¿Qué es lo que falla, entonces?

### **“LA INJUSTIFICADA PARALIZACIÓN DE IMPORTANTES INFRAESTRUCTURAS SIGUE PERJUDICANDO GRAVEMENTE EL DESARROLLO DE LA REGIÓN”**

Una de las principales razones de nuestras desventajas con respecto al turismo nacional es el retraso en la ejecución y puesta en marcha de importantes infraestructuras. Las malas comunicaciones del pasado y los injustificados retrasos en algunos importantes proyectos, así como la incertidumbre sobre su futuro inmediato son las características más destacadas en el capítulo de las comunicaciones.

El aeropuerto internacional de la Región de Murcia, ubicado en Corvera, aunque ya finalizado, está todavía pendiente de su inauguración, pues está condicionada a una serie

de requisitos de diversa índole: las autorizaciones definitivas por parte de la Unión Europea, el cierre del Aeropuerto de San Javier, la clarificación de las condiciones en que la empresa adjudicataria reasumiría la gestión del aeropuerto, la búsqueda de nuevos inversores... Además de todo lo anterior, sería necesario contar con buenos gestores con capacidad y experiencia suficiente para afrontar la difícil tarea de competir con éxito con AENA, en el caso de que esta empresa no fuese, finalmente, la operadora, ya que ese es otro de los importantes interrogantes pendientes de despejar definitivamente.

La gestión del anterior concesionario, así como la de los responsables autonómicos en la puesta en funcionamiento del aeropuerto no puede ser, hasta ahora, más lenta y desafortunada. Si tenemos en cuenta que aproximadamente el 80% de los turistas estivales extranjeros llegan a Murcia por avión podremos advertir la importancia y urgencia de este medio de transporte, así como del grave daño que está causando a la economía de la región los incomprensibles y continuos retrasos.

El acceso en tren es otro de los grandes obstáculos que dificulta el desarrollo del sector, ya que, después de muchos años de espera, no se ha logrado, ni siquiera, finalizar la tristemente famosa, variante de Camarillas, la cual habría conseguido reducir significativamente el tiempo de desplazamiento a/desde Madrid. El estancamiento de esta importante obra, ha causado y sigue causando un perjuicio grave a la región de Murcia y se ha convertido en un símbolo de la consideración real que la administración central (independientemente del color político de quienes la han dirigido) tiene hacia la región de Murcia. La decisión reciente de la Autoridad Portuaria de Cartagena de invertir 30 millones de euros de sus fondos propios en éste proyecto en una gran noticia para la región. Esperamos y deseamos que Puertos del Estado y ADIF firmen cuanto antes el convenio que haga posible la inversión y se ejecuten, de manera inmediata, las citadas obras.

La discusión por parte de un sector de la ciudadanía de la capital sobre las condiciones en que debe llegar el AVE, alimentadas por la ambigüedad y cambios de criterio de algunos representantes públicos, no ha ayudado a que se avanzara en fijar un plazo inmediato y fiable para la llegada del AVE a la región. De no cambiar la situación, podría darse la circunstancia, sin precedentes en la historia de nuestro país, como es que un acontecimiento histórico como la llegada del AVE lo haga con la oposición de una parte de la ciudadanía de la capital. Afortunadamente, las declaraciones de varios Colegios Profesionales, apoyadas, e impulsadas desde el primer momento por el Círculo de Economía y los claros manifiestos de numerosos colectivos profesionales, empresariales y sociales, integrados en una iniciativa sin precedentes en torno a la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales (CROEM), han conseguido que los representantes políticos se comprometan en la concreción de unas condiciones que garanticen que no hayan más retrasos y que ésta importante obra se realice priorizando los intereses globales de la región. Hay que tener en cuenta que la llegada del tren de alta velocidad a Cartagena y Lorca está aún mucho más retrasada, lo cual impide al conjunto de la región competir con otras provincias próximas en la atracción de visitantes por esta vía.

Hay que poner de manifiesto el éxito que está teniendo el Puerto de Cartagena como destino de cruceros, que año tras año se consolida y amplía el número de pasajeros frente a otros destinos con más tradición y experiencia. Una buena oferta

complementaria articulada en torno Cartagena podría lograr incrementar las expectativas de llegadas de turistas por este medio de transporte.

Siendo cierto que ya existe una buena infraestructura de comunicación terrestre, sería conveniente completar la red de autovías de la región para conectar Murcia por el interior con las Comunidades vecinas de Valencia y Andalucía. Conocemos la situación presupuestaria de España con respecto a inversiones en grandes infraestructuras, pero conviene que, de cara al futuro, tengamos claras nuestras necesidades y las expresemos a efectos de una correcta y oportuna planificación.

### **“UNA MAYOR PROMOCIÓN EXTERIOR DEL SECTOR RESULTA IMPRESCINDIBLE EN UN ENTORNO TAN COMPETITIVO”.**

Cuando un centroeuropeo se encuentra en fase de decisión sobre su lugar de vacaciones, suele buscar destinos en la publicidad y las promociones que aparecen en los medios de comunicación de su país. En estos últimos años no ha habido acciones relevantes de promoción de la Región de Murcia en medios extranjeros. Llama la atención a este respecto que sea habitual ver ofertas de regiones de otros países menos desarrollados y en teoría con menor margen presupuestario que el que manejamos nosotros.

Desgraciadamente para los tradicionales países competidores de España, la inestabilidad que les afecta, ha provocado que turistas que tradicionalmente iban a dichos destinos, vengan a España, pero esta tendencia coyuntural, no parece que esté beneficiando de manera especial a la Región de Murcia. Como hemos dicho con anterioridad el incremento de turistas extranjeros es considerablemente menor en Murcia que en el resto del país. Una política de promoción exterior adecuada podría aumentar decididamente el número de visitantes del exterior.

En el trasfondo de este asunto, hemos podido observar que en los últimos ejercicios presupuestarios han desaparecido numerosos consorcios (y, consecuentemente, ha disminuido también la inversión en infraestructuras y equipamientos), también hemos asistido a una drástica reducción del tamaño de la Consejería responsable de turismo y la conversión del área de gestión competente en un Instituto. Todo ello podría resultar comprensible, incluso plausible, dada la situación económica nacional y regional si, paralelamente, hubiésemos comprobado que las administraciones públicas son conscientes de que el sector es uno de los pocos con capacidad para generar riqueza y empleo. Sin embargo –admitida la crisis y sus innegables efectos en el gasto público– esta reducción ha sido, a nuestro entender mecánica, excesiva y ajena a una visión global sobre la rentabilidad de las inversiones en uno de los grandes instrumentos impulsores del desarrollo regional. ¿De qué sirve una estructura administrativa sin presupuesto para gestionar sus competencias? Se echa en falta una decidida apuesta por la promoción del sector. El grueso de la promoción turística exterior de la región debería coordinarse desde el Instituto de Turismo de la Región, organismo que debería tener en cuenta la oferta diferenciada de nuestros ayuntamientos a partir de una misma imagen de marca regional. Los presupuestos de los últimos años, a pesar de los condicionamientos, demuestran la escasa importancia concedida a esta actividad fundamental. La dotación para promoción turística del actual proyecto de presupuestos es una novedad significativa que, aunque todavía resulte insuficiente, valoramos positivamente después de tantos años de abandono. Ese es el único camino a seguir si queremos competir con éxito en nuestro entorno.

Por otra parte, las iniciativas de promoción exterior llevadas a cabo por el sector privado son puntuales y muy atomizadas. Pensamos que sería oportuno que en el futuro más cercano participen con mayor protagonismo los empresarios del sector, que tienen mucho que decir respecto de la promoción de los destinos turísticos donde están ubicados. Para ello, se podría aprovechar el funcionamiento de organismos mixtos en donde los esfuerzos públicos y privados se aúnen y coordinen para una más eficaz y eficiente labor promocional, tal y como ocurre en las principales ciudades españolas. Pueden resultar de interés las experiencias de Barcelona con su organismo “Turisme de Barcelona”, o las más cercanas y centradas en un solo producto, como son las Oficinas de Congresos de Murcia y Cartagena. El reciente consenso alcanzado entre la Consejería y el sector sobre la recuperación de la marca turística “Costa Cálida” y el diseño del nuevo logo abre una vía esperanzadora de una mejor y más estrecha colaboración público-privada.

### **LA INICIATIVA PRIVADA TIENE QUE LIDERAR LA MEJORA DEL SECTOR TURÍSTICO.**

Relacionado con lo anterior, cabe preguntarse por qué la iniciativa privada no encuentra suficientes incentivos para invertir más en el sector turístico en nuestra región.

La realidad hoy es que la Región cuenta únicamente con dos hoteles de cinco estrellas y al contrario que en comunidades vecinas, son muy pocas las enseñas hoteleras nacionales o internacionales que han elegido Murcia para establecerse.

Parece razonable afirmar, después del tiempo transcurrido, que los inversores internacionales no tienen especial interés por invertir en proyectos como el Parque Paramount, por el que apostó decididamente el anterior Gobierno Regional. Estos proyectos se caracterizan por ser muy intensivos en capital y los parques ya existentes han presentado bajas ratios de retorno, a lo que se suman problemas importantísimos de sostenibilidad financiera. Admitiendo que un proyecto de esta envergadura sería beneficioso para todos en términos económicos y de empleo, no está demostrado que lo pudiera ser, significativamente y a corto plazo, en atracción de visitantes del exterior de la región. Por todos estos motivos, se impone planificar nuestro futuro sin centrarlo en los denominados “proyectos emblemáticos”. El proyecto de desarrollo de Marina de Cope exige también un grado de inversión privada muy alto, y no parece que el empresariado, ni las entidades financieras se muestren muy proclives a financiar el desarrollo de un proyecto de tal magnitud que, además, se ha visto sujeto a serios problemas de inseguridad jurídica. Si dejamos a un lado los grandes proyectos, ¿qué otras actuaciones puede llevar a cabo la iniciativa privada?

Creemos que lo más razonable, realista y aconsejable es fijarnos en los modelos que funcionan en el resto del país. Existen áreas que han mejorado su oferta turística potenciando una importante oferta cultural diferenciada, o elevando el atractivo de la zona abriendo centros comerciales modernos e innovadores en los lugares más adecuados. También existen ejemplos de zonas que han reconvertido su modelo hacia un turismo de mejor calidad y han conseguido atraer a un turista de mayor nivel de gasto. El secreto se ha basado en situar en lugares privilegiados una oferta diferenciada de ocio, cultura y servicios, ofreciendo una gama singular de experiencias y presentando instalaciones con un alto nivel de innovación y originalidad. En Magaluf (Complejo Calviá Beach en Mallorca) han cambiado al turista tradicionalmente joven, de bajo

consumo y de comportamientos, en ocasiones, poco sociales, por un turista de mayor nivel y con un gasto medio mucho más alto. Junto a las tradicionales tiendas de artesanía, con escaso valor añadido, se van instalando cada vez más elegantes boutiques y se ofrece una restauración de gran calidad. Ciudades anteriormente poco visitadas por turistas como Bilbao han sido capaces de hacer importantes transformaciones y de atraer a su museo de referencia numerosos visitantes de ámbito mundial. Málaga es otro importante ejemplo de ciudad que en un plazo relativamente breve, también ha acometido un plan profundo de reformas, e inversiones extraordinariamente rentables, que han mejorado notablemente su oferta a turistas y ha elevado significativamente el número de visitantes a dicha ciudad. Si gozamos de entornos naturales extraordinarios y una oferta patrimonial y cultural importante, ¿por qué no vamos a ser capaces de articular proyectos suficientemente atractivos, similares a los de los destinos citados?

El turismo residencial también puede y debe seguir teniendo un papel importante en el sector turístico. Una vez asumidos y corregidos los posibles errores del pasado, debe constituirse en uno de los instrumentos del desarrollo de la región. Es obvio que Murcia se ha desarrollado turísticamente con posterioridad a otras zonas tradicionales como la Costa del Sol o la Costa Blanca. En ambos casos la oferta de ocio, cultura y actividades deportivas que se ofertó al turista acompañaba al crecimiento de la oferta residencial. Quizás en nuestra región el enorme crecimiento de la oferta de viviendas no fue acompañado de las infraestructuras complementarias necesarias, ni, sobre todo, de una oferta suficientemente atractiva de ocio y diversión en su entorno.

Sin duda alguna, el turismo residencial ha tenido y todavía tiene un papel importante en el sostenimiento y crecimiento del sector turístico en la vecina provincia de Alicante cubriendo tanto el espectro nacional como el internacional. El sector residencial en dicha provincia se ha defendido relativamente mejor que en el resto del país en la reciente crisis y, por supuesto, mejor que en nuestra región. Parte de las razones están anteriormente apuntadas (mejor y más asentada oferta de ocio, oferta comercial, posibilidades de práctica de deportes, etc...), pero, indudablemente, una parte importante del éxito del sector lo tiene el alto grado de compromiso de inversión de los empresarios alicantinos en su provincia. Además dicho empresariado se caracteriza por tener un alto nivel de especialización que ha provocado que varias promotoras alicantinas hayan resistido las sucesivas crisis y que hoy en día tengan en cartera y en producción un buen puñado de proyectos inmobiliarios que siguen atrayendo la atención de los turistas. Algunas de las políticas que éstas aplican en sus desarrollos incluyen la subsidiación, por parte de las propias promotoras, de la oferta de ocio y entretenimiento hacia los compradores de los inmuebles. Sería deseable por parte del empresariado murciano un mayor compromiso de inversión en el sector turístico de la región y por parte de las autoridades públicas la instrumentación de medidas significativas que facilite, e incentive la realización de inversiones en el sector. Estas medidas, que sí han tomado administraciones de otras Comunidades Autónomas, son extrapolables al mantenimiento y mejora de nuestras actuales inversiones hoteleras. La Mesa del Turismo de la región de Murcia se ha hecho eco en numerosas ocasiones de muchas de las necesidades enumeradas.

**“UNA MEJOR COORDINACIÓN PÚBLICO-PRIVADA COMPORTARÍA MEJORES RESULTADOS EN EL SECTOR”.**

Somos conscientes de que la titularidad de la actividad promocional del turismo ha sido ejercida durante muchos años por la propia Administración de manera exclusiva, En el desarrollo turístico regional es básico el papel de las administraciones locales, pues los municipios son los primeros interesados en su propio desarrollo y los mejores conocedores de sus recursos. A ellos les corresponde de manera especial la competencia en materia turística, pues es esta administración la que atiende y sufraga la mayor parte de las demandas y necesidades del turista en su lugar de destino. Lógicamente, sería necesario apoyar desde las demás administraciones a los ayuntamientos con el fin de dotarles de una suficiencia financiera que les garantice poder atender, al menos una parte de los gastos derivados de la actividad turística. Los planes de actuación conjunta de varios municipios podrían suponer un impulso notable para el futuro de diversas zonas y comarcas de la región, como por ejemplo la del Mar Menor, si bien, siempre bajo el paraguas de una acción global regional que potencie tanto la singularidad de las actuaciones, como su vertebración con el resto de iniciativas regionales. En este sentido, aunque se han dado ya algunos pasos significativos, resulta incomprensible, por ejemplo, que un entorno excepcional para la práctica de deportes náuticos no se haya constituido todavía en una referencia de excelencia internacional para aficionados y para equipos deportivos profesionales de otros países durante todo el año.

El Mar Menor, una de nuestras referencias turísticas más importantes, debe ser objeto de atención preferente y urgente por parte de las administraciones públicas. No se puede permitir el deterioro progresivo de la calidad de sus aguas. Se debe evitar el vertido de sustancias contaminantes, tanto las de origen urbano, como agrícola, para lograr, cuanto antes, la depuración satisfactoria de aguas residuales y asegurar la sostenibilidad de nuestra valiosa laguna. Debería abordarse, así mismo, la necesidad de construir infraestructuras demandadas durante años, como el paseo marítimo en La Manga y potenciar, de manera específica en su singular entorno, los recursos culturales, de ocio y servicios que aseguren que su oferta pueda prolongarse durante todo el año.

A la situación de crisis económica hay que añadir en Murcia la crisis normativa. La nueva Ley del Turismo de la Región de Murcia puede ser una oportunidad, siempre que los reglamentos que la desarrollen lo hagan de manera adecuada, dado que van afectar de manera decisiva a los profesionales, empresas y establecimientos turísticos, los cuales permanecen todavía expectantes frente a la nueva normativa.

Un hecho relevante e indicativo de la situación en que se encuentra la actividad turística en la región nos lo presenta el subsector hotelero, y en general el conjunto de empresas de alojamiento, que está viendo como en los últimos ejercicios los índices de ocupación y el rendimiento por habitación presentan niveles alarmantemente preocupantes.

Aunque ha mejorado la rentabilidad del sector, sigue estando por debajo de la media nacional en facturación por habitación; lo cual, les sitúa en una situación de infraexplotación de sus establecimientos. Muchos de ellos presentan pérdidas, y varios de ellos se han visto abocados al cierre durante los últimos años. Los buenos datos de las últimas campañas de verano en la costa no son representativos de la situación global del sector en la región en el conjunto del año.

Habría que preguntarse también si el origen de las pobres cuentas de explotación de los establecimientos hoteleros murcianos guarda relación, al menos parcialmente, con que la oferta hotelera murciana no sea lo suficientemente atractiva para el turista foráneo en comparación con el resto de opciones que se le presentan. Recientes, e importantes inversiones en la remodelación de algunos establecimientos presentan signos

esperanzadores, con respecto a la modernización y mejora de la calidad de nuestros hoteles.

El turismo rural mejoró sus datos con respecto a 2014, sobre todo, con el incremento de turistas extranjeros. Lo mismo sucedió con los campings de la región, a pesar de que bajó el número de pernoctaciones. Convendría realizar con respecto a este último sector las mismas reflexiones que acabamos de hacer con respecto al sector hotelero. Aumentar la oferta de calidad de estos establecimientos, tal y como han hecho nuestras comunidades vecinas del norte, podría contribuir significativamente al incremento de turismo extranjero con una mayor capacidad adquisitiva y una mayor capacidad de gasto.

### **“HABRÍA QUE ESTRUCTURAR MEJOR NUESTRA OFERTA. LA DESESTACIONALIZACIÓN DE NUESTRO TURISMO DEBE SER UNA PRIORIDAD.**

La mayoría de turistas procede de otras regiones españolas (turismo interno, o nacional), utiliza instalaciones extra hoteleras (casas propias, de amigos, o segundas residencias) y está concentrado en el segmento de sol y playa. Aunque hay que aprovechar prudentemente todas nuestras oportunidades, sin despreciar ningún segmento, las escasas repercusiones en el gasto final del actual modelo debería hacernos reflexionar sobre la conveniencia de reestructurar nuestra oferta, mejorar nuestros puntos débiles (estacionalidad, escasa rentabilidad de las inversiones hoteleras...) e impulsar el turismo exterior, así como los segmentos más rentables.

Urge el diseño consensuado con el sector de estrategias concretas para reducir la estacionalidad significativamente. Ya existen en nuestra región casos de éxito, como el de La Manga Club que aloja en invierno a los propietarios y en verano a los turistas vacacionales. El turismo internacional es una importante referencia para conseguir este objetivo. Habría que intentar llegar a nuevos mercados, así como a determinados sectores de edad, o con intereses diferentes impulsando el turismo exterior con paquetes específicos, así como dirigirlos a los segmentos más rentables: golf, actividades náuticas y buceo, congresos, turismo de salud, hípica, turismo rural y enoturismo, entre otros.

Se deberían adoptar medidas coordinadas entre las administraciones públicas y el empresariado, a fin de apostar clara y definitivamente por la promoción de un sector que ya es uno de los motores de la economía regional por los recursos que genera (2.600 millones de euros en el último ejercicio), por su incidencia en el PIB regional (un 10,1 % y con una tendencia ascendente) y por su enorme capacidad para generar empleo directo, e indirecto (unas 55.000 personas en la región). Los datos provisionales sobre el incremento del número de turistas extranjeros, así como del crecimiento del gasto total de los mismos en el presente año manifiestan un cambio de tendencia que habría que consolidar, e impulsar en futuros ejercicios para adecuarnos a las medias nacionales.

### **“LA PRESIÓN FISCAL SOBRE EL SECTOR PARECE TAN EXCESIVA, COMO TOLERANTE CON ESTABLECIMIENTOS ILEGALES**

La política fiscal de las administraciones locales y de la administración regional podría contribuir significativamente a apoyar a los establecimientos turísticos. La excesiva y desproporcionada presión fiscal es uno de los factores que está poniendo en peligro el futuro de algunas empresas. La excesiva tolerancia pública frente al intrusismo en las profesiones turísticas y frente a los establecimientos alegales, o claramente ilegales,

supone la consolidación de una competencia desleal frente a quienes soportan una carga impositiva exagerada y una actividad de inspección, en ocasiones abusiva, o mal orientada.

### **“UNA MAYOR ARTICULACIÓN Y UNA MEJOR DIFUSIÓN DE LA IMPORTANTE Y DIVERSA OFERTA COMPLEMENTARIA DE LA REGIÓN IMPULSARÍA NOTABLEMENTE EL SECTOR”**

La oferta de deporte, (22 campos de golf, 20 puertos deportivos con 6.332 puntos de amarre y 21 clubs náuticos) así como de actividades culturales, de ocio y recreativas, además de la naturaleza y el clima, son uno de los grandes alicientes de nuestra región. Festivales como el SOS 4.8, el Cante de las Minas de la Unión, La Mar de Músicas en Cartagena, o el de Jazz de San Javier, además de las clásicas ofertas de celebraciones consolidadas como la Semana Santa de numerosas ciudades, los desfiles bíblico pasionales de Lorca, las Fiestas de Primavera en Murcia, Cartagineses y Romanos en Cartagena, o los Caballos del Vino en Caravaca, son un ejemplo de éxito y marcan un camino en el que nos queda todavía mucho recorrido, si queremos estar a la altura de la oferta de otras regiones. La puesta en valor de nuestro patrimonio monumental es también un ejemplo de su poder de atracción sobre el turismo. Según los datos de la Autoridad Portuaria de Cartagena, en 2014 se superaron los buenos datos de 2013, con un total de 137.985 cruceristas. Las expectativas para 2015 se sitúan en torno a un incremento cercano al 10 % y para 2016 está previsto alcanzar los 170.000 turistas. Estamos convencidos de que una de las oportunidades de nuestra Comunidad es su oferta en gastronomía y restauración. Los 2.048 restaurantes y 543 cafeterías clasificadas, suponen un incremento del 31% y del 123% respectivamente respecto a las cifras de hace diez años. El emergente y bien calificado turismo enológico con tres Rutas del Vino (Bullas, Jumilla y Yecla) certificadas y acreditadas por Turespaña, la buena oferta de balnearios y centros termales, el incipiente y prometedor turismo ecuestre (contamos ya con centros homologados para la práctica, la formación y la competición nacional, e internacional), así como la existencia de numerosos centros comerciales (0,35 m<sup>2</sup> por millón de habitantes frente a la media de 0,25 m<sup>2</sup> de las CC.AA. mediterráneas) configura un mapa de recursos que deberían ser puestos en valor incluyéndolos en las estrategias de desarrollo turístico de la región. Su articulación y oferta coordinada podría contribuir a potenciar un desarrollo equilibrado del turismo mediante su distribución por las diferentes comarcas de la región.

Acontecimientos como “Murcia Gastronómica”, son una magnífica oportunidad para difundir la cocina de la región y nuestros buenos vinos entre los grandes restauradores de España, al tiempo que favorece el intercambio de experiencias y se contribuye a la difusión y mejora nuestra cultura gastronómica y enológica. Son una muestra del importante papel que los medios de comunicación pueden desempeñar en el estímulo a esta importante oferta.

Al respecto de los servicios turísticos hay que denunciar la falta de suficientes guías oficiales en la Región de Murcia y advertir que esta situación puede perjudicar gravemente determinados segmentos turísticos, como el turismo de cruceros. En comunidades próximas han acreditado recientemente a cientos de profesionales de éste ámbito. Mientras tanto, desde algunos subsectores turísticos de la región llevan más de 10 años pidiendo, sin resultado, guías con conocimientos de idiomas.



La calidad en la formación de los profesionales de los servicios turísticos ha mejorado sensiblemente desde la existencia de una buena oferta de las diferentes administraciones y la iniciativa privada. La actividad de Escuela de Turismo de la Universidad de Murcia, que este año celebra su cincuenta aniversario, ha ejercido una contribución relevante en la formación de titulados universitarios en el sector. Consideramos fundamental la formación e investigación universitaria especializada en Turismo, dado su carácter transversal. El aprovechamiento de este capital humano altamente cualificado es una responsabilidad compartida de todos los agentes turísticos, Administración e industria, que en él deben basar el desarrollo de un modelo turístico altamente competitivo.

La Creación de las Escuelas de Hostelería y Turismo en centros de enseñanza secundaria han contribuido también a la incrementar el nivel de los profesionales de la hostelería, al igual que lo viene haciendo, de manera ejemplar, el Centro de Cualificación Turística. La reciente creación de una Cátedra Internacional de Gastronomía Mediterránea en la Universidad Católica de Murcia es una buena noticia que podría contribuir a la proyección internacional de nuestra cocina. Sería deseable y muy conveniente ampliar estas experiencias de éxito en la formación inicial, a la formación permanente de todos los profesionales en ejercicio del sector. Se echa en falta un ambicioso plan de formación de dichos profesionales en el que se implique tanto la iniciativa pública, como la privada.

### **“LA REGIÓN DE MURCIA DEBE DIFERENCIARSE COMO DESTINO TURÍSTICO CON CONTENIDOS RECONOCIDOS”**

Como vemos, la Región de Murcia viene trabajando en la generación de productos turísticos suficientemente interesantes para potenciar su atractivo como destino turístico. Una reflexión acerca de la marca “Región de Murcia”, sobre los productos que ofrece la región, sobre la cantidad y calidad de las acciones de promoción, o en torno a los problemas de conexión con la demanda turística son algunas cuestiones que bien analizadas, nos ayudarían a identificar los aspectos más relevantes para planificar nuevas estrategias y acciones más eficaces. No podemos tolerar por más tiempo que nuestra región no ofrezca productos singulares y distintos a los de otras Comunidades próximas con las que competimos, además, de contar con la desventaja ya apuntada de nuestras deficientes comunicaciones.

Nos consta, y así lo confirma el proyecto de presupuestos del próximo año, el interés del nuevo equipo de gobierno regional por desarrollar acciones poderosas que den respuesta a los déficits que se detallan en el presente documento y el escaso tiempo del que han dispuesto hasta la fecha para ejecutarlas. Nuestra obligación es vigilar que nuestras administraciones apuesten de una forma decidida y eficaz por el sector y colaboren activamente, tanto con el empresariado de la región, como con los directivos y profesionales del turismo. De esta manera, conseguiremos fortalecer y contribuiremos a que nuestra “industria turística” aumente progresivamente su competitividad frente a otras Comunidades que llevan años demostrando con hechos que sí han hecho una apuesta decidida por el turismo como un sector estratégico de su actividad económica.

Texto aprobado por unanimidad en la Junta Directiva celebrada el día 12-11-2015