

# ANÁLISIS DE LA DINÁMICA DE UN MUNICIPIO IMPACTADO POR EL TURISMO RURAL. EL EJEMPLO DE MORATALLA

*Mercedes Millán Escriche\**

Universidad de Murcia

## RESUMEN

En los últimos años se lleva a cabo una política de fomento de la actividad turística en municipios del interior, dotados de numerosos recursos naturales pero muy deteriorados desde el punto de vista demográfico y con evidente debilitamiento económico.

Este análisis pretende mostrar el grado de efectividad que tal iniciativa ha conseguido en el municipio de Moratalla y lo hace a través del estudio de tres variables: población, comercio y equipamiento de acogida, utilizando las estadísticas que permitan conocer la evolución de dichas variables y el estado en que se encuentran actualmente.

**Palabras clave:** Dinamismo, turismo, población, comercio.

## SUMMARY

In the last years it is carried out a politics of development of the tourist activity in municipalities of the interior, endowed with numerous natural resources but very deteriorated from the demographic point of view and with evident economic debilitamiento.

This analysis seeks to show the degree of effectiveness that such an initiative has gotten in the municipality of Moratalla and she/he makes it through the study of three variables: population, trade and welcome equipment, using the statistics that allow to know the evolution of this variables and the state in that you/they are at the moment.

**Key words:** Dynamism, tourism, population, trade.

El objetivo de este trabajo se centra en señalar las repercusiones que la apuesta, realizada desde las diferentes administraciones, por el denominado «turismo de interior» ha tenido en el Municipio de Moratalla. Ello implica a enfoques diversos:

- cuantificar la evolución, mediante las estadísticas oportunas, del número de habitantes, los establecimientos comerciales y los alojamientos e infraestructuras turísticas con que se cuenta, así como la evolución que han experimentado todos ellos en los últimos años.

- acercarse al conocimiento de las distintas etapas de actuación a través de las inversiones efectuadas.

- observar las potencialidades o deficiencias que se detecten en los apartados anteriores.

La elección de Moratalla se justifica por dos razones:

a) Considerar que es un municipio pionero en cuanto al desarrollo del turismo de interior (ANDRÉS, J.L., 1994). En marzo de 1989 se constituye la Compañía Mercantil Anónima, integrada por el Ayuntamiento de Moratalla y el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, en un intento de promocionar y desarrollar desde el punto de vista turístico el Noroeste de la Región de Murcia y, especialmente, el municipio de Moratalla y espacios limítrofes. En julio del mismo año se procede a la inauguración de la primera instalación turística de la zona y sucesivamente se irá ampliando la oferta al incorporar en 1991 el Hotel Cenajo.

La modalidad de alojamiento en camping era la única que existía en 1989 y puede ser vista como el motor de arranque de lo que se entiende por turismo rural. Aquí admitimos como *turismo rural*, la recomendación de la Convención Europea de Agroturismo: «la prestación de servicios turísticos demandados por motivos de vacaciones mediante el pago de los mismos y realizado en casas asentadas en el marco rural». Este tipo de oferta tiene sus precursoras en las llamadas «casas de labranza», que fracasaron por las tradicionales competencias horizontales de la Administración y por el escaso entusiasmo mostrado por los agricultores, si se exceptúa el capítulo concerniente a la recepción de ayudas económicas (ANDRÉS, J.L. 1994). Estas casas datan de 1967 cuando fueron auspiciadas por el Servicio de Extensión Agraria del Ministerio de Agricultura y por la Subsecretaría de Turismo y su distribución espacial por las diferentes provincias del territorio nacional no era homogénea, ni atendía satisfactoriamente la demanda existente (GUARNIDO, V., 1997).

En el caso que nos ocupa podemos aplicar una mayor amplitud al significado de los términos anteriores al utilizar el de «*turismo de interior*» de modo general. Concepto éste que si bien cumple bastantes de las premisas de sus antecesores, precisa de alguna matización ya que abre más el abanico de posibilidades puesto que los establecimientos no son siempre casas, ni éstas cuentan con la mayor participación porcentual en los alojamientos, ni quienes actúan como receptores de los turistas son los empresarios agrícolas. Su similitud radica en que sigue apareciendo en áreas caracterizadas por rentas bajas, debilidad de poblamiento y envejecimiento de sus efectivos, así como unas deficientes infraestructuras.

b) La segunda razón, para tomar a Moratalla como ejemplo, está en el peso que representa dentro de las infraestructuras de alojamientos existentes en el Noroeste de la

Región de Murcia. Aunque en la actualidad no tiene, desde el punto de vista porcentual, la misma significación que en 1989, fecha en la que, como se ha mencionado, existía un vacío de equipamiento en otros municipios y sólo el camping «La Puerta», ubicado en su término municipal, contaba con 620 plazas.

## 1. ESTADO DE LA POBLACIÓN

Para apreciar las aptitudes que ofrece un municipio, además de los condicionantes naturales que optimizan el desarrollo del turismo, es preciso conocer el estado de la población del mismo, aspecto éste que nos interesa por considerarla como potencial recurso y también como sujeto y objeto de cualquier actuación que se realice sobre el territorio. No obstante, para que pueda ser aprovechado tal recurso y realizar ciertos trabajos y que fuese rentable dependerá del grado de capacitación que hubiese alcanzado. La población, por otra parte, imprime en el territorio la huella de sus actividades, pero su comportamiento varía significativamente en función de su distribución espacial, de la densidad de ocupación y de otros múltiples factores que han de ser previstos. Y, por último, cabe destacar, que las decisiones exógenas recaen en las personas de los núcleos a los que se pretende convertir en centros receptores del turismo y que, por lo tanto, sus habitantes deberán ser objeto de atención previa a cualquier planificación. Así es como, dentro de las características básicas para el desarrollo local e inherentes al turismo rural o de interior, se expresa la necesidad de realizar importantes esfuerzos de organización y gestión en el caso de los recursos humanos (MARCHENA, M., 1992).

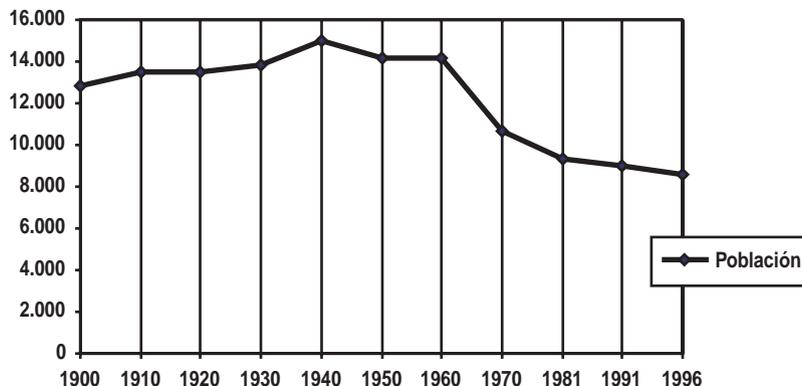
No se entiende aquí la posibilidad de llegar a un desarrollo rural sin la previa información y formación de la población sobre los recursos susceptibles de ser valorizados, las estrategias para conseguirlo y la voluntad y compromiso de los hombres y mujeres con el medio en el que viven.

Como consideración a las premisas anteriores, se observa, en primer lugar, la evolución del conjunto de los habitantes de Moratalla a lo largo de este siglo, y posteriormente se desagrega el término municipal en las diferentes entidades que lo componen, puesto que el comportamiento puede ser desigual unas respecto a otras, por el hecho de que las inversiones turísticas se hubiesen concentrado más o menos en algunas de ellas.

Si tomamos la referencia del principio de siglo con datos procedentes del Censo de Población de la Región de Murcia, la población muestra cierto dinamismo hasta llegar a 1940, fecha en la que alcanza su punto álgido con 15.013 habitantes. A partir de ahí comienza la caída y ni siquiera aparecen oscilaciones de repunte. En la actualidad cuenta con 8.621 habitantes, es decir, pierden en algo más de cincuenta años 6.392 habitantes, que suponen un 42,57%. Emigración, envejecimiento de los efectivos demográficos... son aspectos que hermanan a muchas poblaciones del interior de nuestro país. El gráfico nº 1 muestra con suficiente elocuencia lo ocurrido y por lo tanto desde el punto de vista de la población no cabe ser demasiado optimistas respecto a los resultados obtenidos con el fomento del turismo.

Como la rehabilitación y acondicionamiento de centros de acogida de los posibles visitantes se ha hecho en espacios que facilitan el contacto con la naturaleza nos lleva a pensar que pudieran haber sido foco de atracción para el asentamiento de habitantes las

**Gráfico n° 1**  
**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE MORATALLA 1900-1996**



pedanías, caseríos, etc. que componen el municipio de Moratalla, en detrimento del núcleo, pues ya hemos visto que el conjunto municipal ha experimentado un crecimiento demográfico negativo. Benizar, Paraje de Rojas, Paraje Lo Ancho, Campo de San Juan, Cañada de la Cruz, Calar de la Santa, Paraje El Arenal, y otros, son lugares en los que se han realizado actuaciones. Con el propósito de contrastar cómo ha sido la respuesta de la población es por lo que se confecciona el Cuadro n° 1 con la evolución que han experimentado las distintas entidades.

**Cuadro 1**  
**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN ENTIDADES: 1981-1996**

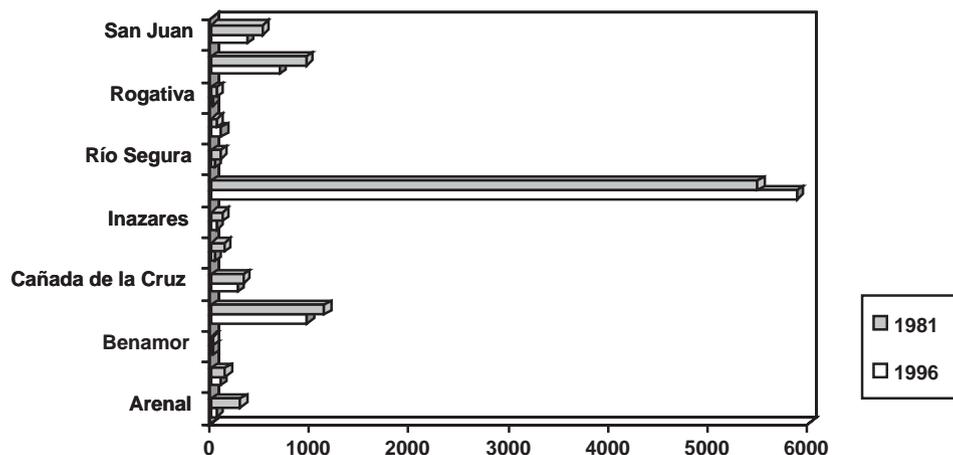
Entidades	1981	1996	Resultado
Arenal	298	67	-231
Béjar	145	91	-54
Benamor	29	18	-11
Benizar	1.141	970	-171
Cañada de la Cruz	324	274	-50
Cobatillas	132	47	-85
Inazares	124	55	-69
Moratalla	5.491	5.881	390
Río Segura	99	37	-62
Roble	52	109	57
Rogativa	53	14	-39
San Bartolomé	965	692	-273
San Juan	521	366	-155
Totales	9.374	8.621	-753

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

La fecha que se ha elegido, 1981, nos remonta bastante antes de iniciarse con fuerza las experiencias turísticas y se llega hasta 1996 por ser los últimos datos oficiales de población disponibles. Se ha pretendido así contar con una percepción suficientemente amplia como para poder evaluar las posibles oscilaciones que hubiesen aparecido y de los resultados pueden extraerse conclusiones poco favorables, respecto al dinamismo demográfico. Apenas aparecen entidades en las que no se observe un importante descenso del número de habitantes. Salvo el caso de la cabecera municipal la debilidad demográfica es muy acusada, junto a Roble son las únicas que crecen, pero incluso el crecimiento de Roble, que porcentualmente puede parecer muy significativo (52,29%), no tan es relevante si se tiene en cuenta la escasez de individuos que en esta entidad de población se asientan.

Hasta 1996 no podemos hablar de un municipio con potencialidad demográfica suficiente como para hacer frente a empresas de gran envergadura y sí que conviene recordar que, desde esta perspectiva, nos encontramos ante un agotamiento de los recursos. En el gráfico nº 2 vemos que destaca notablemente el papel ejercido por el núcleo municipal respecto de las pedanías, alguna de las cuales apenas si se hace perceptible debido a su débil poblamiento, como ocurre en los casos de Benamor (18 habitantes) o de Rogativa (14 habitantes).

**Gráfico nº 2**  
**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN ENTIDADES 1991-1996**



## 2. Modalidades de actuación e inversiones

Por lo que respecta al capítulo de actuaciones que pudieran favorecer la salida del estancamiento del área, se toma 1989 por ser el año de la constitución de Compañía Mercantil Anónima mencionada anteriormente, mientras que en el capítulo de inversiones es preciso destacar la iniciativa de desarrollo rural LEADER, que tiene por objeto a través de grupos de Acción Local asumir funciones de apoyo subvencionando el turismo rural o de interior mediante las actuaciones siguientes (GARCÍA MARCHANTE, J.S., 1997):

- conocer mejor la demanda de ocio en el espacio rural.
- desarrollar la oferta en volumen, calidad y diversidad.
- organizar la oferta y demanda turísticas y crear polos turísticos rurales, con infraestructura cultural, deportiva, artística, etc. fomentando un turismo descentralizado y con inversiones individuales.

El Programa LEADER I supone que, para las Comarcas del Noroeste, Río Mula y pedanías altas de Lorca, se realicen inversiones por parte de diferentes administraciones que alcanzan las cifras siguientes:

**Cuadro 2**

**INVERSIONES DEL PROGRAMA LEADER I PARA EL ÁREA DE ACTUACIÓN**

Comunidad Europea	Administraciones Locales	Administración. Autonómica	Administración Central	Capital privado
311.435.000	98.638.000	178.765.000	55.000.000	497.873.000

LEADER II, por su parte, está destinado a apoyar prioritariamente las actividades innovadoras de desarrollo del potencial autóctono de las zonas rurales. Para ello se quieren impulsar las pequeñas empresas, los servicios locales, la comercialización de productos artesanos, etc., y lo hace estableciendo medidas de dos tipos (ANDRÉS, J.L., 1995):

- adquisición de capacidades.
- programas de innovación rural.

**Cuadro 3**

**INVERSIONES DEL PROGRAMA LEADER II PARA EL ÁREA DE ACTUACIÓN**

Comunidad Europea	Administraciones Locales	Administración. Autonómica	Administración Central	Capital privado
805.690.000	88.660.000	151.900.000	19.065.000	1.027.185.000

Por adquisición de capacidades queremos entender tanto las que hacen referencia a los espacios físicos donde se va a localizar el alojamiento, como al resto de infraestructuras que conlleva el pleno desarrollo de la actividad turística. Es así la red viaria, las comunicaciones en general y el comercio, por ser éste objeto de nuestro estudio y considerar que el aparato comercial es uno de los mejores indicadores del comportamiento de pueblos y ciudades, del papel que ejercen en su entorno y de la revitalización del espacio urbano.

En el capítulo de las actuaciones concretas en Moratalla se ha hecho, hasta el momento, especial énfasis en la atención de los visitantes, y para ello se han rehabilitado casas y molinos o levantado nuevas construcciones. Son así, por ejemplo, las que figuran en el Cuadro nº 4.

**Cuadro 4**

Casas rehabilitadas	Casas nuevas	Molinos rehabilitados
Hospedería El Campillo	Casica «La Caraba»	Molino de Benizar
Casa Pepe	Cortijo «La Caraba»	
Casa del Mulero	Cabaña Nido «La Caraba»	
Casa Mercedes	Cortijo La Acequia	
Casa Fuente La Loma	El Refugio	
Casa Rincón de Pepe	Casa La Rambla	
Casa La Higuera	Villa Calar 2	
Casa La Noguera	Villa Calar 3	
La Merendera	Casa del Zorro	
Casa Grande	Casa Pozo 1	
Casa Garrido	Casa Pozo 2	
Cortijo Cañada del Fraile	Casa Fuente La Loma	
Cortijo Rojas		
La Pujola		
Casa Gordia		
Casa Los Pinos		
Casa El Molino (Molino del Comendador)		
Casa Jardín Santa Quiteria		
Casa Caravaca		
Casa Caravaca: Casa Grande		
Casa Caravaca 3		
Cortijo de La Tercia		
Villa Calar 1		
Cortijo La Mata 1		
Cortijo La Mata 2		
Casa Santa Bárbara		
Casa La Fragua		
Casa Cañizo		
Casa Labranza		
Casa Las Rocas		

Fuente: NORATUR

La estadística con la que hemos elaborado el Cuadro nº 4 nos permite confirmar que se están haciendo notables esfuerzos para asegurar el éxito turístico del municipio, porque es muy considerable el número de edificaciones, e incluso de los parajes que las circundan, que han sido objeto de actuación y que han conseguido mejorar ostensiblemente la imagen que presentaban anteriormente.

A nuestro juicio, la vía de las rehabilitaciones que respetan las antiguas estructuras es la menos dañina para el mantenimiento de la «personalidad» de estos espacios rurales.

Con la rehabilitación no sólo se consigue ahorrar suelo sino que, además, se salva de la ruina total a edificaciones que se habían quedado obsoletas y que, generalmente, han perdido la función para la que fueron levantadas, como es el caso de los viejos molinos o los cortijos, y, por otra parte, el impacto que sufre el medio es sensiblemente menor que el ocasionado por nuevas promociones inmobiliarias que se van asentando en diferentes parajes sin haber sido objeto previamente de las correspondientes Evaluaciones de Impacto Ambiental. Promociones que suelen hacerse sin tomar conciencia de la tipología de hábitat dominante en el entorno; sin considerar la posibilidad de agotamiento de los recursos disponibles (como el agua) al efectuar modificaciones en la flora y en las formas de vida y, respecto a la población, sin tener en cuenta que se priva a los habitantes del lugar del patrimonio que supone el salvaguardar sus señas de identidad. La remodelación, devolver la funcionalidad a un edificio, es lo que, a nuestro juicio, debe prevalecer siempre que exista esa posibilidad y parece que es la alternativa por la que, hasta la fecha, se apuesta desde la Administración, como demuestran las obras ya ejecutadas.

Para un futuro próximo se ha realizado, por parte del Gobierno regional una nueva propuesta de inversiones, que para todo el Noroeste se cifran en casi 40.000 millones de pesetas. Este nuevo Plan tendrá vigencia de seis años (1998-2003) y pretende que el desarrollo de esta comarca sea un hecho. Los municipios de Caravaca, Cehegín, Calasparra, Bullas y el de Moratalla son los que van a beneficiarse y es sobre todo el capítulo de infraestructuras con 12.000 millones de pesetas el más costoso. Estos 12.000 millones es lo que está previsto que cueste la autovía del Noroeste que supondrá la vertebración del territorio y su enlace con espacios menos deprimidos. Sería deseable que sirviese como aliciente inmediato capaz de movilizar el turismo y lograr una mutación de las condiciones actuales.

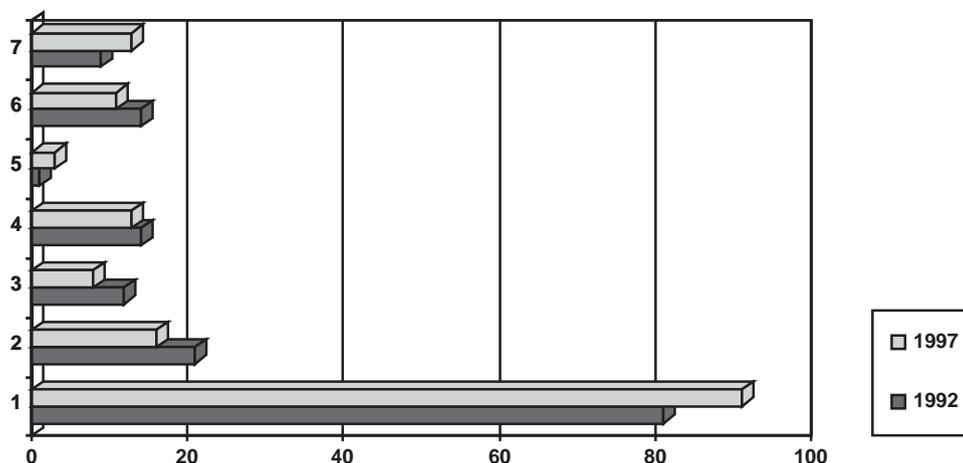
### **3. EQUIPAMIENTO COMERCIAL**

Entendemos que el grado de innovación y de modernización de un núcleo que se pretende lograr con el desarrollo de la actividad turística puede analizarse perfectamente a través del comercio, puesto que de las características del aparato comercial con que cuente un municipio se ha de derivar, en gran medida, el dinamismo que éste posea. Además es un valioso indicador para calibrar si su capacidad de atracción supera los límites municipales o por el contrario sus habitantes han de salir de esos límites buscando bienes que no se les ofrecen dentro. También puede mostrar si se trata de un comercio estable o si sólo aparece en momentos puntuales respondiendo a una demanda que pudiera coincidir con la mayor llegada de turistas. Y, de igual modo, permite calificar los hábitos de los visitantes: si realizan sus compras en el lugar de origen o se abastecen en el municipio de acogida; si demandan productos de uso cotidiano solamente o si también piden otros menos corrientes.

En este sentido, y para comprobar la situación de Moratalla, se recurre a una fuente de carácter fiscal como es el Censo del Impuesto de Actividades Económicas (IAE) de los años 1992 y 1997, datos que han sido facilitados por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia, a cuyo ámbito pertenece dicho municipio.

Basados en estas informaciones se presentan los rasgos definidores del equipamiento comercial y cuál ha sido la naturaleza de su evolución: balance de creaciones y supresio-

**Gráfico 3**  
**EVOLUCIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL MUNICIPAL 1992-1997**



Fuente: Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia.

Leyenda: 1. Alimentación, bebidas, materias agrarias... 2. Textiles, confección, calzado... 3. Productos químicos, de droguería... 4. Material de construcción, equipamiento del hogar... 5. Maquinaria, vehículos... 6. Comercio que se realiza fuera de un establecimiento. 7. No clasificado.

nes de la oferta comercial; las tasas de equipamiento; su estructura... Serán las transformaciones que se aprecien valedoras para calibrar, en buena medida, los resultados que se pretenden conseguir con las actuaciones mencionadas.

A tal efecto se elabora el gráfico nº 3 que corresponde a los años 1992 a 1997 para apreciar la evolución del aparato comercial, una vez puestos en marcha los Programas LEADER.

Crece un 4% el comercio no clasificado, el grupo de vehículos y maquinaria sube un 2% y sigue siendo el más significativo el comercio de alimentación, bebidas... con un incremento del 10% al conseguir pasar del 81 al 91%. Hay que reseñar que no varía substancialmente el aparato comercial municipal porque la mayor representación la mantiene el grupo de alimentación, bebidas, materias agrarias... y, es más, pierden peso textiles, confección, calzado, al reducir su participación desde el 3 al 1% y baja también un punto la rama de maquinaria, vehículos...

Por lo tanto lo que se ofrece y se compra son los productos de uso cotidiano, mientras que los de menor frecuentación se buscan preferentemente fuera del municipio.

Para mayores matizaciones se calculan las tasas de equipamiento comercial respecto a la población total municipal de 1992 y 1996 (fecha de los últimos datos de población oficiales). Con este fin las actividades comerciales se agrupan siguiendo el criterio ya utilizado para elaborar la leyenda del Gráfico nº 3. Además se pretende conocer también el peso que representa la alimentación sobre el resto del comercio en los años 1992 y 1997, el porcentaje alimentación / total y alimentación / no alimentación.

**Cuadro 5****TASAS DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL / 1.000 HABITANTES (POBLACIÓN 1992-1996)**

<b>RAMAS:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>TOTAL</b>
1992	9,09	2,35	1,34	1,57	0,11	1,57	1,01	17,06
1996	10,55	1,85	0,92	1,50	0,34	1,27	1,50	17,97

Si nos fijamos en el total de las tasas de equipamiento / 1.000 habitantes 1992-1996 la evolución positiva no es muy notoria aunque pueda considerarse favorable para el municipio. No obstante, lo que hay que tener en cuenta es que la debilidad del aumento experimentado por el equipamiento viene condicionada, en cierto modo, por el descenso de habitantes. El número total de establecimientos apenas varía y descienden los dedicados a alguna de las ramas que dotarían al municipio de una mayor capacidad de atracción en su entorno, mientras que prevalece el predominio de la rama de alimentación, bebidas y materias agrarias. Las tasas tienen, necesariamente, que analizarse junto al comportamiento registrado por la población y así aparece, en Moratalla, un equipamiento con cierto estancamiento, pero que al ser menos los demandantes del mismo la tasa se muestra positiva.

Por ramas de actividad insistimos en destacar el crecimiento de la tasa de la rama de alimentación, bebidas y materias agrarias, aunque partía ya en 1992 de una diferencia notoria respecto a las demás. Bajan las tasas de las ramas de textiles, confección y calzado; la de productos químicos y droguería; también los materiales de construcción y equipamiento del hogar y la rama del comercio que se realiza fuera de un establecimiento. Cabe matizar que la rama que corresponde a material de construcción, y equipamiento del hogar, baja poco y puede que tenga que ver algo en ello las rehabilitaciones llevadas a cabo, aunque esta observación haya que tomarla dentro de la baja cifra de la que se habla.

**Cuadro 6****ESTRUCTURA COMERCIAL: PESO RELATIVO DE LA ALIMENTACIÓN (1992-1997)**

	<b>ALIMENT. / TOTAL</b>	<b>% ALIMENT. SOBRE TOTAL</b>	<b>ALIMENTACIÓN / NO ALIMENT.</b>
1992	0,53	53,28	1,14
1997	0,58	58,70	1,42

El peso relativo de la alimentación sobre el total de actividades comerciales sigue también la tendencia al alza que se ha observado en el caso de las tasas de equipamiento comercial. Crece la significación alimentación / total y también su representación sobre el resto, pero destaca aún más la subida que experimenta la alimentación respecto al total en términos porcentuales. Esos más de cinco puntos en un periodo de tiempo relativamente corto es un aspecto a considerar con detenimiento porque no deja de ser preocupante que

Moratalla se vaya quedando sólo con un comercio de productos de consumo cotidiano, mientras que los de mayor excepcionalidad se tengan que buscar fuera del municipio, algo que como ya se ha mencionado es un sinónimo de falta de innovación y de revitalización.

Como en el caso de la evolución demográfica, no se aprecian en el aparato comercial de Moratalla síntomas de dinamismo y esto quiere decir que o bien la atracción de visitantes es escasa, o que los que acuden lo hacen en condiciones que no sirven de impulso a la economía interna del municipio y por lo tanto es preciso modificar alguna de las políticas llevadas a cabo hasta el momento actual.

Hay que tener presente que los efectos que se persiguen con el desarrollo del turismo rural no han de quedar al margen de la diversificación productiva del área rural (IVARS, J.A., 1997). Del modo contrario siempre habrá una extremada dependencia exógena y por lo tanto una merma acusada de los beneficios para los residentes en el municipio. Debe ser posible que el suministro de bienes para la actividad turística proceda mayoritariamente de recursos autóctonos, ya sea mediante la participación de la propia población, del origen de los productos a consumir, e incluso de la gestión directa de la oferta.

#### 4. INFRAESTRUCTURAS DE ACOGIDA

«Un producto turístico no puede identificarse a priori con el pretendido «valor de ocio natural» de un paisaje, de un litoral, de un campo nevado, de un espacio rural vacío porque es marginal, de un monumento clasificado o de un centro urbano antiguo. No se trata aquí más que de paisajes o de lugares que el hombre ignora, explota, abandona o rentabiliza en función de sus necesidades sociales. Estas aspiraciones surgidas de la sociedad global del momento impulsan la actividad turística, según la lógica de los modos de producción y a partir de las potencialidades del «espacio concreto», de los «productos», de las «mercancías turísticas», de los «bienes de consumo» ofrecidos a un cliente llamado turista» (CHAUDEFAUD, M., 1987).

El texto anterior nos invita a reflexionar sobre la manera en que se ha ido actuando al ofrecer el territorio y el resto de recursos para el desarrollo de la actividad turística, si se ha creado realmente el producto turístico o se ha confiado demasiado en ese «valor de ocio natural» del entorno. Parece, por lo tanto, lógico abordar a continuación el estudio de la capacidad de alojamiento de Moratalla y conocer tanto el número como la tipificación de los establecimientos turísticos existentes (algo que ya hemos visto en parte en el capítulo de las inversiones). Dentro de los mismos cabe distinguir la existencia de un camping «La Puerta» de 2ª categoría y con una capacidad que en 1997 es de 635 plazas, constituyendo el valor porcentual más significativo dentro de las infraestructuras de acogida del municipio y para un establecimiento solamente.

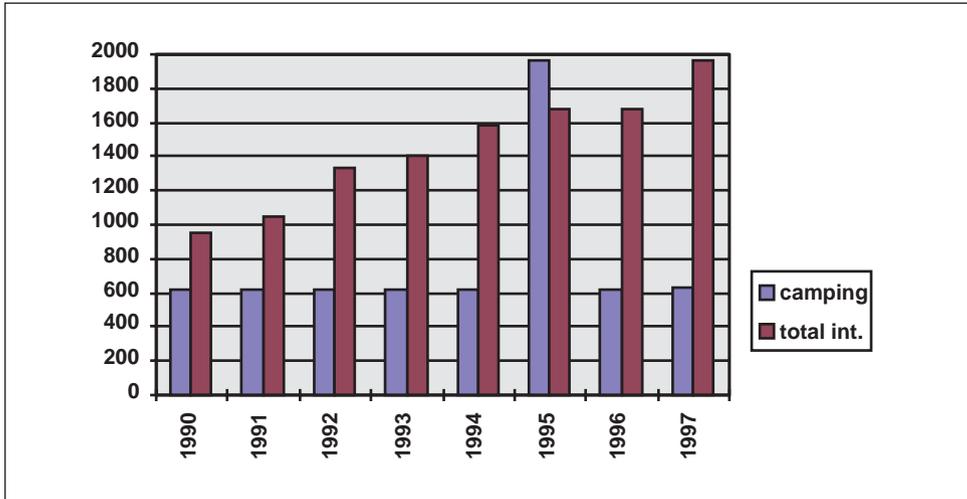
El camping se inauguró en julio de 1989 y fue la primera instalación turística de la zona, actuando como hito, nodo y punto de referencia del mito turístico del interior murciano. Cuenta con restaurante, cafetería, supermercado, piscina, solarium, parque infantil, etc.

El análisis que se realiza tiene en cuenta dos aspectos:

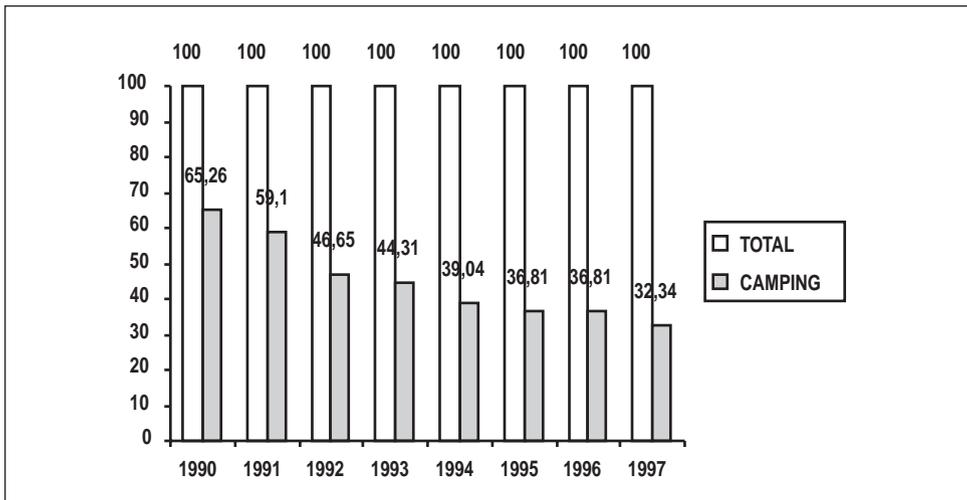
1º. Camping/total equipamiento interior 1990 a 1997.

2º. Evolución de la oferta hotelera y de alojamiento en general: 1990 a 1997.

**Gráfico 4**  
**CAMPING/TOTAL INTERIOR EVOLUCIÓN 1990 A 1997**



**Gráfico 5**  
**SIGNIFICACIÓN PORCENTUAL OFERTA CAMPING 1990-1997**



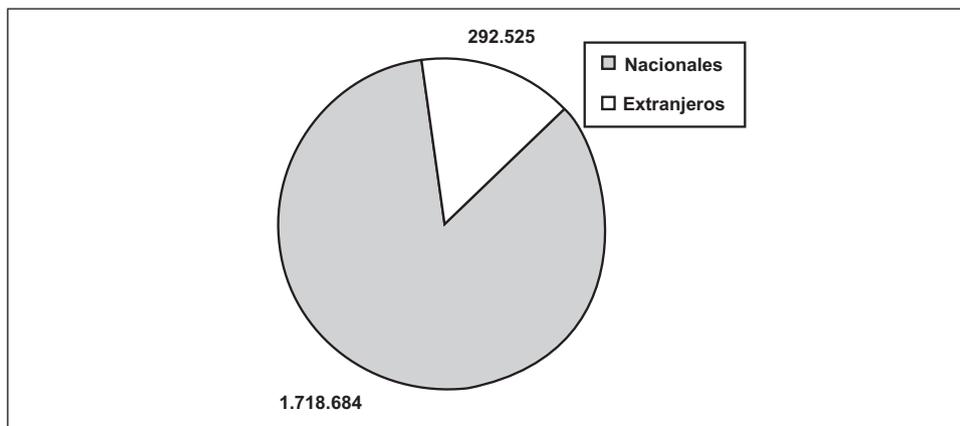
De los gráficos anteriores se desprende que ha continuado la oferta inicial del camping en Moratalla ascendiendo sólo muy levemente su número de plazas, mientras que se ha ampliado significativamente en el resto de municipios del interior que habían partido de cifras individuales bastante bajas. El valor porcentual ha caído más de 30 puntos con lo que desde esta perspectiva el municipio ha perdido bastante peso relativo en equipamiento.

**DATOS DE OCUPACIÓN HOTELERA 1997: RESULTADOS DE LA REGIÓN DE MURCIA**

VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
TOTALES	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTALES	NACIONALES	EXTRANJEROS
561.049	489.100	71.949	2.011.209	1.718.68	292.525

Fuente: Consejería de Industria, Trabajo y Turismo.

**Gráfico 6**  
**PERNOCTACIONES**

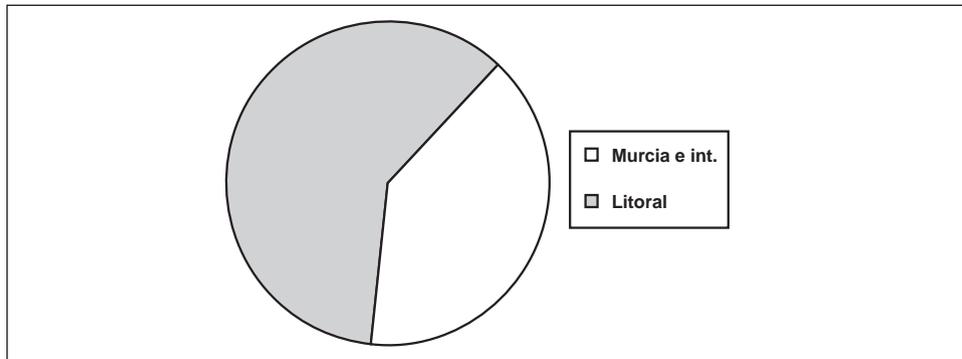


Tanto si nos referimos al número de viajeros como a las pernoctaciones realizadas las cifras son elocuentes, ya que en el litoral y en el interior hay una mayoría de turistas nacionales, aunque los totales favorezcan al turismo del litoral. Sólo el 10,05% de viajeros que visitaron el interior, en 1997, eran extranjeros, alcanzando éstos el 18,47% en el litoral. En las pernoctaciones los porcentajes son del 5,82% para los extranjeros que llegaron al interior y el 18,51% para los turistas que eligieron el litoral. Nos movemos con cifras relativamente bajas del interior respecto del litoral y también del conjunto regional si lo comparamos con otras zonas turísticas de nuestro entorno.

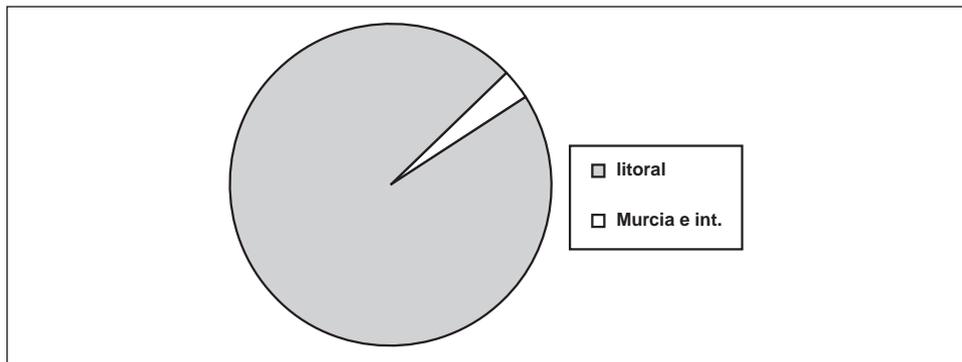
**RESULTADOS POR ZONAS TURÍSTICAS**

	VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
	TOTALES	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTALES	NACIONALES	EXTRANJEROS
<b>LITORAL</b>	216.835	176.774	40.061	1.285.717	1.047.722	238.085
<b>INTERIOR</b>	148.966	133.985	14.981	381.610	359.382	22.228

**Gráfico 7**  
**Alojamientos hoteleros**



**Gráfico 8**  
**Apartamentos**



**Gráfico 9**  
**Campings**

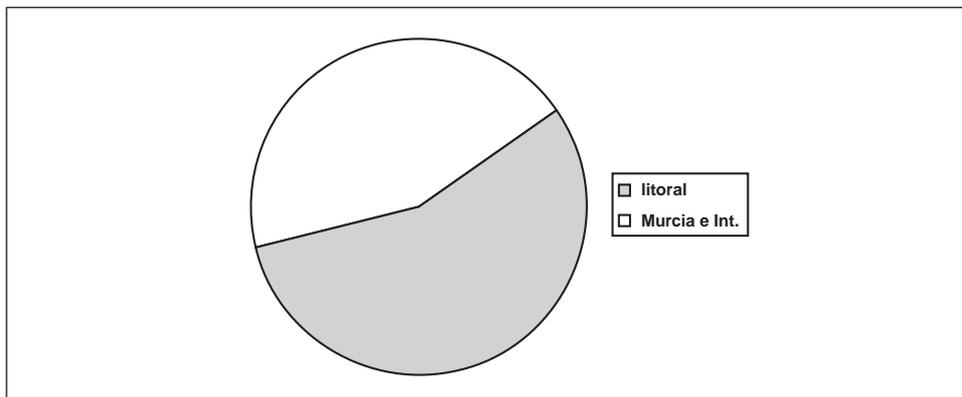
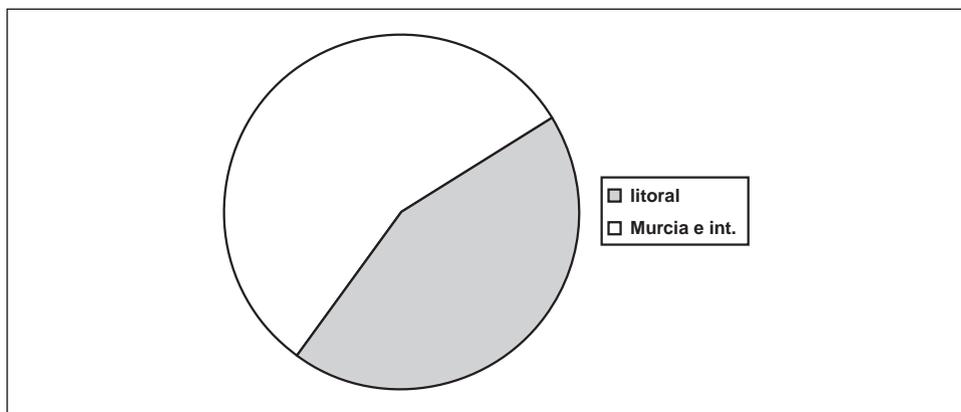
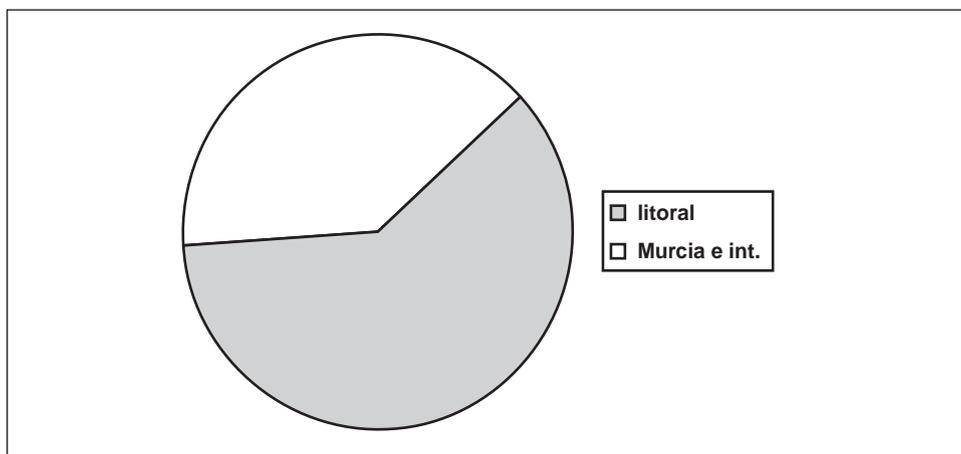


Gráfico 10

Gráfico 11  
Cafeterías

La debilidad aparece también en el grado de ocupación ya que sólo el litoral alcanza el 40,62% y queda por debajo el interior con el 34,19%. No obstante, hay que tener en cuenta la diferente capacidad de acogida que tiene uno y otro y también que es una media y por lo tanto no muestra las oscilaciones y momentos punta de cada área.

Además del número de personas que han utilizado los establecimientos de la Región interesa conocer la distribución de la estructura de alojamientos y las áreas de preferente ubicación de los mismos, aspectos ambos que quedan reflejados en los gráficos siguientes correspondientes a los establecimientos turísticos de la Región de Murcia por zonas al 31-12-97.

De los gráficos anteriores se obtiene que la ciudad de Murcia junto al interior, consiguen el 39,49% del total regional de los alojamientos hoteleros. Quizá cabría apuntar aquí

que la dotación de establecimientos con los que cuenta la Región puede ser suficiente en cuanto al número, pero las deficiencias se aprecian más respecto a los de categorías superiores que favorezcan la llegada de visitantes demandantes de un producto de calidad, que al fin y al cabo es como ganan en prestigio las zonas turísticas, ya sean de interior o del litoral.

Moratalla cuenta con un hotel de 3\*\*\* que tiene 130 plazas; otro de 1\*, que oferta 16 plazas; una pensión de 2\*\* y 16 plazas, y otra de 1\* que tiene 33 plazas. Es decir, 5 establecimientos y 195 plazas, que significan respectivamente el 2,39% y el 1,32% de los del conjunto de la Región de Murcia.

En cuanto a los apartamentos totales de la Región (Gráfico nº 8), la evidencia es tal que apenas merece comentario dada la débil infraestructura de este tipo salvo el litoral, algo que resulta menos acusado en el caso de los campings (Gráfico nº 9). Además se están rehabilitando casas antiguas en diferentes parajes del municipio y se complementan con restaurantes y cafeterías.

## CONCLUSIONES

Dentro de su entorno, Moratalla ocupa un lugar óptimo en el capítulo de las posibilidades de alojamiento, pero cabe pensar que algo falla cuando la evolución no presenta un crecimiento satisfactorio en ninguna de las variables analizadas: población, comercio y el propio turismo. La evaluación de los recursos turísticos es de todo punto insuficiente para incentivar un proceso de desarrollo turístico local y lo que hay que conseguir es que se llegue a la integración del turismo en todo el proceso de desarrollo local que sea rentable social y económicamente (IVARS, J.A., 1997).

Aunque es justo valorar el gran esfuerzo que se está haciendo, pues las cifras, al menos, así lo indican, sería oportuno revisar planteamientos actuales, porque hasta ahora los resultados no parecen responder a las expectativas creadas. Puede ponerse en duda si el turismo es el motor adecuado para poner en marcha áreas como la que nos ocupa o si por el contrario es una mera pieza de todo el engranaje que mueve la estructura económica y no ofrece mayores posibilidades que las que hay y que no son suficientes.

No está respondiendo tampoco muy favorablemente a los impulsos que mediante inversiones se le practican, debería ser visible un cambio de la población a través de su comportamiento demográfico positivo o bien por la atracción de inmigración, pero se ha comprobado en este análisis que no es así, que se van agotando los recursos poblacionales endógenos y no llegan los de fuera.

De igual modo tendría que reflejarse en su estructura comercial un cambio hacia establecimientos con una oferta comercial más diversificada, que es algo que está muy relacionado con la renta disponible, y no aparecer tan focalizada en la rama de alimentación.

Asimismo, sería deseable una mayor significación en el volumen total turístico del interior de la Región respecto al litoral, dada las diferentes superficies de uno y otro y también por contar con suficientes motivos de oferta turística. Pero esto no es así, y cabe preguntarse si las carencias tan notorias que aparecen en cuanto a la red viaria actual y a la inexistencia de una comunicación por ferrocarril unidas, posiblemente, a la puesta en

funcionamiento de todo el proceso sin un diagnóstico previo que estuviese basado en la realidad por cruda que ésta fuese, van a ser obstáculos permanentes para llegar a lograr las metas previstas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (1987): *Informe sobre la estructura del comercio en Murcia*, Murcia, Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia.
- ANDRÉS SARASA J.L. (1994): «El turismo de interior en la Región de Murcia. Utopías y demagogias». *Papeles de Geografía*, nº 20, pp. 107-118. Universidad de Murcia.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1995): «La gente es consumidora de mitos... El mito turístico del Mar Menor». *Papeles de Geografía* nº 11 Vol. II, pp. 5-17.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1996): *La actividad comercial en un municipio turístico. Mazarrón*, Cartagena. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena.
- CHAUDEFAUD, M. (1987): *Aux origenes du tourisme dans les pays de L'Adour*. Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour, pp. 15.
- ESPEJO MARÍN, C. (1997): «La experiencia turística en el Noroeste de la Región de Murcia» en *Los Turismos de Interior*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, pp. 391-400.
- ESPEJO MARÍN, C. (1997): «La oferta de turismo rural en el Noroeste de la Región de Murcia», *Geographicalia*, nº 35, pp. 37-97.
- GARCÍA MARCHANTE, J.S. (1997): «El desarrollo del turismo mediambiental en los noventa: la Serranía de Cuenca». *Los Turismos de Interior* pp. 447-458. Ediciones Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- GUARNIDO OLMEDO, V. (1997): «Vacaciones en casas de labranza. Un programa con muy buenas intenciones pero carente de realidad» en *Los Turismos de Interior* pp. 483-491. Ediciones Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- I.N.E. (1996): *Censo de Población de la Región de Murcia. Entidades de Población*. Madrid. Instituto Nacional de Estadística.
- IVARS BAIDAL, J.A. (1997): «¿Constituye el turismo la mejor apuesta para el desarrollo rural?». *Los turismos de interior*, Ediciones UA, Madrid, pp. 675-683.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1992): *Ocio y Turismo en los Parques Naturales Andaluces*. Sevilla, Dirección General de Turismo, Consejería de Economía y Hacienda, Junta de Andalucía. (Serie «Documentos» nº 1).
- VALCÁRCCEL-RESALT, G. (1990): «El desarrollo local en España. Un enfoque estratégico para la reactivación de las áreas desfavorecidas». *Información Comercial Española*. Marzo de 1990. Madrid.
- NORATUR: Alojamientos Rurales.