

## DE «OCIO MURCIA» AL SALÓN DEL TURISMO Y «TIEMPO LIBRE»

*María Teresa Peñalver Torres*

Universidad de Murcia

### RESUMEN

En este trabajo se plantea un análisis de la evolución que ha seguido el «Salón del Turismo y Tiempo Libre en sus cuatro últimas ediciones, evolución que ha sido positiva a excepción de un pequeño retroceso en 1998. Por otra parte se estudiará las nuevas ofertas turísticas y de ocio que allí se exponen, así como los objetivos, propuestas y soluciones acordadas en las mesas de trabajo que se celebran dentro del certamen. Porque esta feria debería ser el marco ideal para dar a conocer las innovaciones y la potencialidad turística regional.

**Palabras clave:** Turismo, tiempo libre, turismo activo, mesa de trabajo, turismo social, feria, producto turístico, potencialidad turística.

### SUMMARY

In this study we expouno a market research of the evolution that the «Tourism and Spare Time Show» has followea in its four last editions, evolution that has been positive with the exception of a little recession in 1998. In the other hand we will study the new offers of tourism and spare time that are expounded there, as well as the objectives, suggestions and solutions agreed in the work tables that are celebrated in the contest. Because this fair must be the ideal setting to become known the innovations and the tourist potentiality of the region.

**Key words:** Tourism, spare time, active tourism, work table, social tourism, fair, tourist product, tourist potentiality.

### INTRODUCCIÓN

Fecha de recepción: 10 de junio de 1999.

La Institución Ferial de Torre Pacheco lleva más de trece años trabajando en la organización de todo tipo de ferias y eventos, superando ampliamente el carácter local de sus inicios, adquiriendo en algunos casos un carácter nacional e internacional. Pretende ser una herramienta al servicio de todos los sectores que se dan cita en los certámenes que dicha Institución celebra y se intenta mejorar la calidad de las convocatorias. El objetivo de esta Institución es ampliar la oferta de eventos, para atraer expositores y público e impedir que sean captados por otros recintos feriales limítrofes.

Desde 1985 se viene celebrando una feria dedicada al turismo que en sus comienzos se denominó «Ocio Murcia» y que a lo largo de su trayectoria ha experimentado varias modificaciones. En 1992 se amplió con la incorporación de un salón dedicado al turismo pasando a llamarse «Salón del Turismo y Tiempo Libre», denominación que se ha mantenido hasta la actualidad. Esta feria hasta 1996 se celebraba conjuntamente con un salón dedicado al arte contemporáneo (Plurart). Según **IFEPA**<sup>1</sup> todos estos cambios han servido para convertirlo en un certamen más profesional y atento a las demandas del sector, pero todavía queda mucho por hacer ya que las opciones son infinitas. Pero es necesario la búsqueda de nuevos productos innovadores para así ampliar las ofertas y satisfacer todo tipo de demandas turísticas.

Esta muestra se divide en dos grandes salones monográficos: el Salón del Turismo donde concurren un gran número de Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma y de otras zonas de España, y el Salón del Ocio que a su vez está compuesto por los siguientes salones: de la Moto, del Caravaning, del Todo Terreno, Náutica y de las Federaciones Deportivas. Además, asisten una serie de organismos oficiales y empresas de gestión turística y por último se completa la exposición con una zona comercial donde se pueden adquirir todo tipo de productos. Paralelamente e incluido en el certamen se realizan varias actividades relacionadas con el turismo y el ocio, como son las mesas redondas donde se debaten las últimas tendencias y demandas turísticas.

Este trabajo tiene dos objetivos: en primer lugar conocer la evolución que ha tenido el Salón del Turismo y Tiempo Libre en los cuatro últimos años, en cuanto al número de expositores que allí acuden, pues es el periodo sobre el que ha sido facilitada información por parte de **IFEPA** para la realización de este análisis. En segundo lugar se pretende conocer las nuevas tendencias tanto en el campo de las actividades turísticas, como en el sector dedicado al ocio y los objetivos y conclusiones que se sacan de las mesas redondas que se celebran durante la feria que grado de cumplimiento tienen. Pues la realización de estas mesas redondas es un aspecto muy relevante dentro del Salón del Turismo y Tiempo Libre.

## 1. EVOLUCIÓN DEL SALÓN DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE

El Salón del Turismo y Tiempo Libre a lo largo de su historia ha sufrido varias modificaciones en su contenido, hasta 1996 venía complementándose con Plurart dedicado a los artistas de la Región. A partir del año siguiente este evento está exclusivamente dedicado a los temas relacionados con el turismo y el ocio, este cambio esta debido al interés que

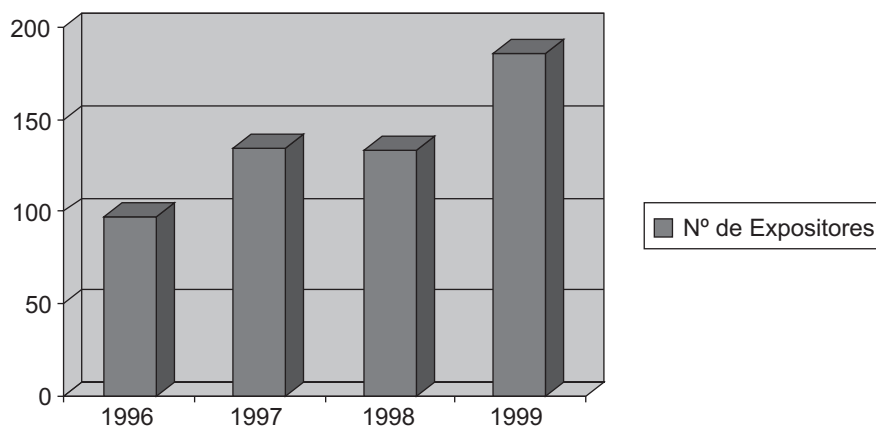
1 **IFEPA**: Institución Ferial Villa de Torre Pacheco.

despiertan todos los temas relacionados con la actividad turística por empresarios, administraciones públicas y usuarios. Pues este certamen es un buen medio para dar a conocer toda oferta de los recursos turísticos regionales y de otras Comunidades Autónomas y el lugar idóneo para exponer las nuevas innovaciones turísticas.

Tomando como punto de partida el año 1996 donde hubo una participación de noventa y siete expositores en el «Salón del Turismo y Tiempo Libre» y el resto hasta completar ciento veintiuno pertenecían al Salón de Arte Contemporáneo, la evolución de esta feria en cuanto al número de expositores ha sido positiva a excepción de un leve retroceso que se produjo en 1998, como puede observarse en el gráfico nº 1. Este descenso estuvo motivado por una menor participación de expositores en el Salón del Turismo, tanto a nivel regional como a nivel nacional, quizá porque ese año la feria se celebró más tarde que otros años. Por el contrario 1999 destaca por la masiva participación, con más de cien empresas turísticas de Murcia, Andalucía, Castilla León, Valencia, etc.

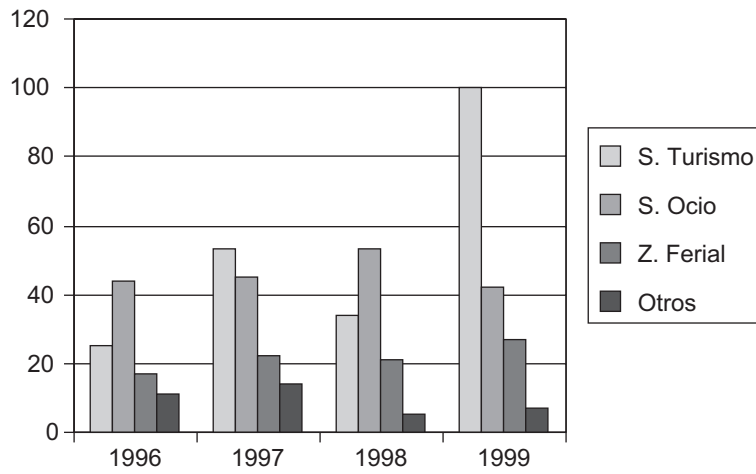
En 1998 fue el año que mayor número de empresas acudió al Salón de Ocio, registrándose por el contrario un leve descenso en esta última edición debido a una menor participación en algunos de los salones en los que está dividido este Salón monográfico, como posteriormente comprobaremos en un análisis más detallado.

**Gráfico 1**  
**EVOLUCIÓN DEL Nº DE EXPOSITORES DEL SALÓN DE TURISMO Y TIEMPO LIBRE**



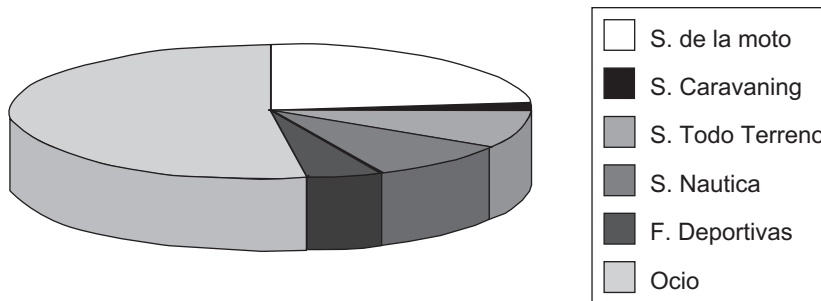
Fuente: IFEPA

**Gráfico 2**  
**RELACIÓN DE EXPOSITORES POR SECTORES DE ACTIVIDAD**



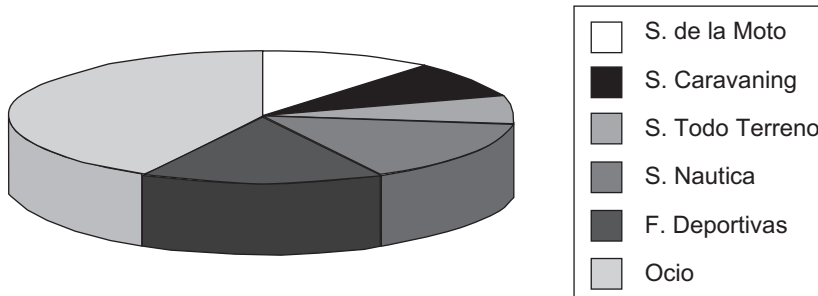
Fuente: IFEPA

**Gráfico 3**  
**AÑO 1996: DISTRIBUCIÓN DEL SALÓN DE OCIO POR SECTORES DE ACTIVIDAD**

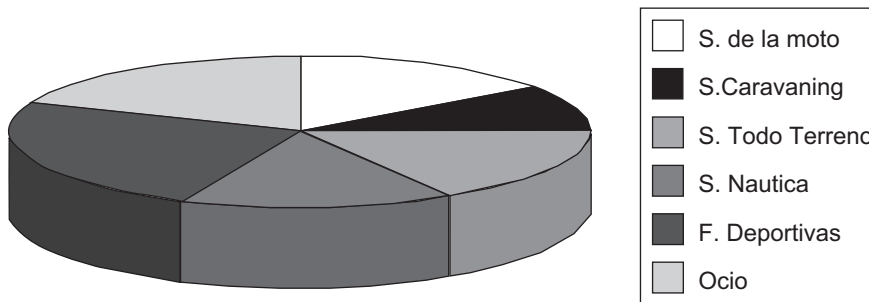


Fuente: IFEPA

**Gráfico 4**  
**AÑO 1997: DISTRIBUCIÓN DEL SALÓN DE OCIO POR ACTIVIDAD**

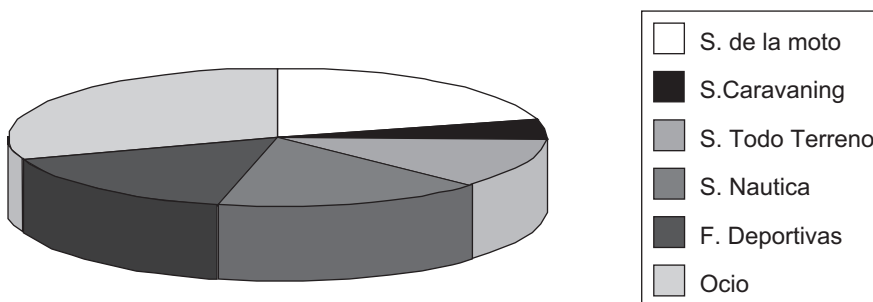


**Gráfico 5**  
**AÑO 1998: DISTRIBUCIÓN DEL SALÓN DE OCIO POR ACTIVIDAD**



Fuente: IFEPA

**Gráfico 6**  
**AÑO 1999: DISTRIBUCIÓN DEL SALÓN DE OCIO POR ACTIVIDAD**



Se puede apreciar en un estudio más detallado que la relación de empresas que configuran los salones dedicados a actividades específicas como: caravaning, todo terrenos, federaciones deportivas, etc. por regla general han aumentando de manera progresiva en los tres primeros años en los que está basado este análisis, descendiendo levemente el número de expositores en la edición del presente año. Hay que destacar que en el caso del «Salón de la Moto», que registró un descenso de empresas del 50% en 1997, en comparación con el año anterior, pero en estas dos últimas ediciones ha emprendido el camino de la recuperación con una participación similar a la del primer año de estudio.

En nuestra opinión y teniendo en cuenta lo visto anteriormente la Institución ferial debería potenciar más la participación de empresas dedicadas a productos relacionados con el disfrute de tiempo libre, asimismo, también debería de haber mayor interés por parte de empresas para acudir a estos eventos ya que son el marco ideal para la promoción y venta de sus productos. Empresas como puede ser la náutica, que en la Región cuenta con numerosos establecimientos dedicados a la comercialización de productos relacionados con esta actividad que los que allí exponen y es un deporte que cuenta cada día con más adeptos. Además hay que tener en cuenta el potencial natural con el cuenta la Comunidad de Murcia para la práctica de dicho deporte lo que permite una mayor promoción que la que se está haciendo. En el mismo caso se encuentran los productos relacionados con el caravaning cuya representación en la feria es mínima y cuenta cada día con más incondicionales y más, si tenemos en cuenta que a pocos kilómetros, en Alicante, se celebra una feria bastante importante dedicada a estos temas y cuya proximidad hace que sea visitada por numerosas personas de la Región.

## **2. EL DEBATE SOBRE LAS NUEVAS TENDENCIAS Y OFERTAS TURÍSTICAS EN LA REGIÓN DE MURCIA**

En las cuatro últimas ediciones del Salón del Turismo y Tiempo Libre hay que destacar que han salido a colación numerosos temas de gran interés para la actividad turística. Las mesas de trabajo que se han celebrado paralelamente a estos certámenes han sido un excelente foro para el debate sobre las nuevas tendencias y ofertas turísticas a nivel regional, por parte de empresarios, usuarios y Administración, aunque también han participado entidades pertenecientes a otras Comunidades Autónomas. Pero contrariamente a la evolución seguida por la feria, en cuanto al número de expositores que a ella acuden, que ha sido positiva, la cantidad de mesas de trabajo planteadas por edición presenta una evolución negativa. En este periodo se pueden distinguir dos etapas claramente diferenciadas: la primera que estaría formada por el bienio 1996 y 1997, una etapa fructífera en cuanto al número de mesas de trabajo y temas en ellas tratados; la segunda una vez ya aprobada la Ley de Turismo de la Región de Murcia la que se caracteriza por una escasez de debates y de temas tratados.

En el año 1996, pese a celebrarse este certamen conjuntamente con el Salón de Arte Contemporáneo, es la edición en cual se realizaron mayor número de mesas redondas debatiéndose en ellas los siguientes temas de indudable interés para el desarrollo de la actividad turística:

A) *Turismo Social y Turismo de Salud*: En esta mesa de trabajo se acordó que el turismo social ha aumentado su demanda de forma importante en los últimos años, despertando el interés tanto de empresarios como de la Administración, aumentándose en el número de plazas concedidas en la Región en más de un 40% y que en un principio fueron de diez mil. El representante del INSERSO se comprometió a ir sacando a concurso diversos servicios para mejorar la prestación y disfrute de este tipo de turismo. También hubo participación en el debate de unas doscientas personas pertenecientes a residencias y asociaciones de la «tercera edad» próximas y que demandaron una mayor oferta de Turismo Termal, es todo lo que se planteó sobre el Turismo de Salud en dicho debate, muy poco, teniendo en cuenta que Murcia cuenta varios centros dedicados a este tipo de turismo localizados en distintos puntos de la Región.

La mejora de la calidad de vida y los avances conseguidos en el campo de la medicina ha generado un progresivo envejecimiento de la población, ya que cada vez hay mayor número de personas longevas y una jubilación que cada vez es más temprana, hace que cada vez sea mayor el grupo de personas que están en disposición de demandar este tipo de turismo, por tanto hay que promocionarlo tanto a nivel local como a nivel nacional, ya que la bonanza térmica que tiene la Región prácticamente durante todo el año, hace que sea el lugar idóneo para recibir este tipo de turista. El Turismo de Salud con la creación del Consorcio Turístico de Salud de la Región de Murcia (**COTURSA**) en el marco de la nueva Ley de Turismo de 1997 da a conocer detalles novedosos para la captación de clientela, se presenta bajo la acepción salud/belleza, combinando así, el termalismo de los históricos balnearios con los centros de talasoterapia ubicados en el litoral.<sup>2</sup> Dichas medidas están encaminadas a fomentar la demanda de este producto turístico, aunque este Consorcio solo ha participado en el certamen de 1998. Pero si ha habido una mayor participación por parte de empresas como los Balnearios de Archena y de Fortuna en las tres últimas ediciones.

B) *Promoción Inmobiliaria Turística y Turismo Náutico*: Dentro de dicha mesa de trabajo el debate se centró en resaltar la importancia de Turismo Náutico y Puertos Deportivos como nexo de consolidación de la oferta Inmobiliaria actual y futura de la Costa Calidad. Se pretende que la náutica sirva para lanzar el turismo regional desde dos perspectivas: mediante la posibilidad de poder practicar dicho deporte en unas aguas apropiadas y en un lugar con buenas condiciones climáticas durante todo el año, se trata de atraer a la Región a este turismo de calidad. Se destaca que la Estación Náutica de Mar Menor podrá desarrollar esta filosofía de aprovechamiento y captar aficionados en todas las épocas del año, permitiendo así, el mantenimiento de una elevada oferta hotelera, extrahotelera y complementaria. También se destacó la creación de nuevos proyectos como los de: Portman Golf y Águilas. Destacándose la importancia que ha adquirido la náutica en Francia.

Como en el caso del Turismo de Salud que creó un consorcio para el fomento de dicha actividad, para la promoción de la actividad náutica en la Región se crearon varios consorcios: Águilas Villa Náutica, el de la Estación Náutica de Mar Menor y Consorcio Turís-

2 ANDRÉS SARASA, J.L. (1998): «Novedades en la Política turística de la Región de Murcia», En *Turismo y Territorio en la Región de Murcia*. Instituto de Fomento de la Región de Murcia, pp. 83-91.

tico de Mazarrón. Como ya se planteó en el debate la Comunidad de Murcia tiene unas condiciones naturales óptimas para ser un lugar de acogida para los seguidores de este turismo y así generar una ocupación de hoteles, apartamentos, campings, etc. en épocas donde la demanda de sol y playa es menor y puede ofertarse como alternativa a este producto turístico. Aunque la promoción del Turismo Náutico ha aumentado en los últimos años queda bastante por hacer y sería necesario una mayor promoción dentro de la feria de Turismo y Tiempo Libre, aunque como ya señalamos anteriormente es de los salones que han mantenido una evolución positiva, en lo referente al número de empresas que allí exponen.

C) *Turismo Verde: «Agroturismo»*. Bajo este título se celebró una mesa redonda donde se definió a este tipo de turismo como ecológico y alternativo y se analizaron las perspectivas del programa LEADER y el estudio de nuevos proyectos. Se destacó el espectacular aumento de la demanda de este tipo de turismo en países como Alemania, la riqueza de paisajes que encierra la Región mezcla de bosque mediterráneo y zonas subáridas. Tras la exposición de criterios se llegaron a los siguientes acuerdos:

- Elaboración de una Carta de Turismo Sostenible a nivel regional, para evitar que ocurra con el Turismo Rural lo mismo que con el Turismo de Costa.
- Evitar que surja descoordinación en el diseño de proyectos, creación de ofertas directas y complementarias, y solicitud de ayudas.
- Que no se planteen este tipo de proyectos como competencia al Turismo de Sol y Playa.
- Reconocimiento de que este tipo de turismo no está debidamente consolidado y desarrollado en la costa murciana.
- Procurar que el turismo de interior se oferte en plan integral, ofertando los recursos naturales, históricos, arqueológicos, folklóricos, gastronómicos y los deportivos.
- Apoyar la creación de nuevas rutas de senderismo.
- ANSE, apuesta por el fomento del Turismo Rural, poniendo un límite al crecimiento del Turismo de Costa en su vertiente inmobiliaria y urbanística, aceptando el estudio de proyectos especialmente turísticos.

En relación con las medidas acordadas por los participantes hay que señalar que en la Ley de Turismo de la Región de Murcia aprobada en 1997 se contempla una serie de temas que son respuesta a algunas de las demandas solicitadas en este debate como son: salvaguardar el Medio Ambiente y los valores ecológicos; proteger la imagen turística de toda agresión, manipulación y falseamiento; crear el Plan de Promoción y Comercialización de la Oferta Turística, los Programas de Fomento de la actividad Turística y la creación de la figura de Interés Turístico para estimular la iniciativa privada. Esta nueva política turística sienta las bases para iniciar la superación de viejas limitaciones que han cercenado un desarrollo turístico armónico y sostenible del litoral murciano y conseguir la puesta en valor del turismo complementario que se intenta implantar en el espacio rural.<sup>3</sup>

3 ANDRÉS SARASA J.L. (1998): «Novedades en la Política Turística de la Región de Murcia» En *Turismo y Territorio en la Región de Murcia*, pp. 83-91.



*D) Posibilidades del Turismo Alternativo:* En este debate se definió al Turismo Alternativo como: aquel que integra todas las actividades y recursos diferentes al turismo clásico y de playa. Un turismo que no ha sido bien desarrollado en la Región y que es necesario mejorarlo mediante la puesta en marcha de ofertas complementarias y de Turismo Alternativo en la costa. Las demandas exigidas en la mesa de trabajo fueron: la creación de la Estación Náutica del Mar Menor, que este tipo de turismo tenga en cuenta la preservación e incluso la mejora del entorno natural, fijación de estándares de calidad competitivos y equiparables a los que tienen en el mercado otras regiones.

Como en el caso anterior muchos de los objetivos planteados se han logrado con la creación de la Estación Náutica del Mar Menor y otros puertos deportivos se ha logrado aumentar la oferta de Turismo Alternativo en la costa. Pero en nuestra opinión la definición de este tipo de turismo que allí se formuló se debería de ampliar diciendo que además tiene la particularidad de no estar sometido a una estacionalidad, ni a límites espaciales o temporales, ya que puede practicarse en todas las épocas del año, todos los espacios son potencialmente turísticos y la duración de la estancia puede ser incluso de un día.

*E) Perspectiva de los Estudios Turísticos:* El motivo básico de esta mesa redonda es constatar como se desarrollará en Murcia la nueva norma que concederá rango universitario a los estudios de Turismo. Se acordó que había que establecer un diálogo entre Universidad y las Escuelas de Turismo, destacando el buen funcionamiento de las últimas, el progresivo aumento de alumnos que registran y las buenas relaciones que mantienen con el sector hotelero. Otros temas que se trataron en este debate fueron los siguientes:

- La importancia del Master sobre Marketing Turístico Regional.
- La necesidad de establecer una colaboración estrecha entre Administración, empresarios y profesionales de las enseñanzas turísticas.
- Tener en cuenta las titulaciones turísticas regionales para cargos en empresas turísticas o para trabajar en la Administración, en departamentos relacionados con el turismo.
- La conveniencia de un reparto de competencias turísticas entre los distintos departamentos.

Desde el 7 de Julio de 1997 quedan adscritas a la Universidad la Escuela de Turismo de Murcia y de Cartagena, consiguiéndose así parte de las demandas solicitadas en esta mesa de trabajo. También existen acuerdos con algunas empresas del sector hotelero para que los alumnos de Turismo puedan hacer prácticas en dichos establecimientos. El próximo curso saldrá la primera promoción de Diplomados de Turismo esperemos que poco a poco vayan ocupando puestos de responsabilidad tanto en el ámbito público como en el privado de la actividad Turística Regional.

En la edición del Salón del Turismo y Tiempo Libre de 1997 se celebraron sólo dos mesas de trabajo en las que salieron a debate los siguientes temas:

*F) Turismo Activo y Náutico:* A lo largo de este debate se definió al Turismo Activo como una de las grandes industrias de futuro, manifestándose que mucho por trabajar en este campo. Asimismo, se destacó la necesidad que existe de consenso y comunicación entre todos los subsectores turísticos, de dotar a la estructura turística de gente cualificada

y que la Administración dote al sector de una normativa. Por otro lado, se destacó la importancia del Turismo Gastronómico y Cultural, todavía poco organizado en la Región. Por último el coordinador de COEC (Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena) señaló la necesidad de establecer un plan estratégico de desarrollo turístico basado en tres puntos:

- Áreas a desarrollar
- Espacios protegidos
- Situación de la industria

Como en el caso de los debates celebrados en 1996 muchas de las demandas exigidas quedaron satisfechas con la aprobación de la Ley de Turismo. En cuanto a las demandas del coordinador de COEC son específicas de Cartagena ya que otros lugares no tienen la problemática industrial, que allí se da, y que todavía está a la espera de la puesta en marcha de soluciones, como el traslado de algunas industrias contaminantes que están muy próximas al centro urbano. Aunque el título de la mesa de trabajo incluía al Turismo Náutico no se hizo referencia a él en el debate.

*G) El Turismo Rural en el nuevo desarrollo de una comarca:* Los participantes en esta mesa debate llegaron al acuerdo de que sería necesario incluir al Turismo Rural dentro del Producto Turístico Regional, además también debería existir una estrategia que permitiera conformar mediante una previa planificación, preparación de acogida, animación y actividad un Producto Turístico Global, para su posterior comercialización. Asimismo, se destacó que era necesario una complementariedad, pues no puede desarrollarse un Turismo Rural sin desarrollo local, ya que todos los sectores económicos deberían de estar en intersección y que sería necesario la sociedad de empresarios para poder competir en el mercado. También se puso de manifiesto las dificultades que se encuentran para la promoción de este tipo de turismo a través de las agencias de viajes.

Las medidas acordadas en este debate son positivas, ya que pueden favorecer el Turismo Rural, pues en nuestra opinión creemos que es necesario dotar al medio rural de una actividad económica complementaria a la suya tradicional como puede ser el turismo, para así evitar el progresivo despoblamiento que allí se está produciendo. Pero el modelo turístico a desarrollar en ese espacio debe de ser diferente al que llevado a la masificación del litoral. Pues el Turismo en el espacio rural es una ilustración del desequilibrio campo-ciudad, no puede ser un turismo de colonización sino, por el contrario un turismo de comunicación<sup>4</sup>.

Las dos últimas ediciones del Salón del Turismo y Tiempo Libre celebradas ya tras la aprobación de la Ley de Turismo se caracterizan por la escasez de debates, pues en ambas solo se han celebrado mesas de trabajo relacionadas con:

*H) El Turismo Activo en el Desarrollo Turístico de la Región:* La mesa se inició destacando el auge que está tomando el Turismo Activo en la Región de Murcia, existiendo en casi todas las localidades servicios o empresas dedicadas a este tipo de turismo. Por otro

---

<sup>4</sup> FOURNEAU, F. (1998): «El Turismo en espacio rural en Francia». En *Cuadernos de Turismo*, nº 1, pp. 41-53.

lado, las conclusiones han estado orientadas hacia la unificación de criterios para vender la Región como una oferta turística muy diversa y dar a conocer mejor el entorno regional; la necesidad de ampliar o adecuar las necesidades hoteleras a la oferta que se está realizando y a proyectos donde estén agrupadas empresas, hosteleros y Administración. Por último se destacó que la Región ya se empieza a conocer por su diversidad turística y las excelentes posibilidades climáticas para poder ofrecer una actividad turística durante todo el año.

Este tipo de turismo está tomando auge en los últimos años debido a que ahora se tiene a una búsqueda de actividades complementarias al descanso, a la contemplación del paisaje o al clásico producto turístico de sol y playa, de ahí el interés que existe por actividades como la náutica, senderismo, espeleología, descensos, fluviales, submarinismo, etc. etc. Por tanto es necesario una buena planificación del sector integre todos servicios turísticos que se pueden ofrecer en la Región, para una mejor promoción. Por este motivo son muy positivas las iniciativas dirigidas a la presentación de un Producto Turístico Regional Global, de manera que se pueda ofrecer conjuntamente la posibilidad de disfrutar del sol y playa y a la misma vez poder hacer espeleología en el interior ya que estamos en una Región donde no existen muchos kilómetros de un punto a otro.

También se han presentado los senderos mediterráneos que en la Región tiene un recorrido de 145 kms. a través del litoral y el GR-92, que incorpora a Murcia a la red nacional de senderos de gran recorrido, que parten desde la Junquera y terminan en Algeciras.

### 3. CONCLUSIONES

Como se ha puesto de manifiesto a lo largo de este trabajo, la feria de Turismo y Tiempo Libre presenta una evolución más o menos positiva con relación al número de expositores que a ella acuden, pero debería existir un mayor interés por parte de éstos, puesto que la feria es el marco ideal para dar a conocer sus productos ya que dichos eventos reciben aproximadamente a unos cincuenta mil visitantes por edición. En cuanto al sector Turístico Regional también debería apostar más por la promoción de sus productos en esta feria ya que es una excelente manera de captar al turista regional, que el que más visita este certamen y así evitar que se dirija a otros destinos turísticos extraregionales, pues en la última edición se ha dado una mayor participación de empresas turísticas y ayuntamientos de otras Comunidades Autónomas, para ofertar sus productos al mercado regional.

Como puede advertirse, existe una cierta parcialidad en las conclusiones que se han sacado de las mesas de trabajo realizadas hasta ahora, puesto que los participantes en dichos debates pertenecen a la Administración con lo que muchas de las propuestas que allí se dan tienen un cierto carácter político o bien son empresarios del sector turístico que lo que buscan es satisfacer sus intereses. Se echa en falta la participación de expertos y técnicos en actividades turísticas que aporten sus conocimientos y experiencia para mejorar y rentabilizar el sector turístico de la Región. Además, dejar de ser escaparate político, fomentar el interés en los debates, evitar la reiteración de temas y de participantes en las mesas redondas, pues eso no supone avance.

En cuanto a la organización de masas-debate, dentro del Salón de Turismo y Tiempo Libre, es un tema que no debería quedar en el olvido, pues los debates son una buena for-

ma de aunar criterios, por parte de todos los profesionales del sector turístico, para poder lanzar al mercado un producto más completo y competitivo; el dar a conocer las nuevas tendencias e innovaciones turísticas que se van presentando en los mercados nacionales e internacionales; por último, para búsqueda de soluciones a los conflictos que se puedan ir presentando.

Por su parte, el Salón del Turismo y Tiempo Libre debería intentar mejorar las convocatorias con la incorporación al certamen del mayor número posible de expositores relacionados con el tema; las últimas innovaciones y demandas en el sector turístico y por último la incorporación de un personal cada vez más cualificado. Así conseguirá alcanzar sus objetivos de ofrecer un certamen más profesional y especializado, evitando la absorción de expositores y público por parte de otros recintos feriales próximos.

En resumen, reconocemos el papel positivo de estos eventos por plantear discusión.

### BIBLIOGRAFÍA

ANDRÉS SARASA, J.L. (1995): «La gente consumidora de mitos... El mito del Mar Menor». *Papeles de Geografía*, nº 22, pp. 5-17, Universidad de Murcia.

ANDRÉS SARASA, J.L. (1996): «Desencanto en el medio rural». *Papeles de Geografía*, nº 23-24, pp. 27-32, Universidad de Murcia.

ANDRÉS SARASA, J.L. (1998) «Novedades en la Política Turística de la Región de Murcia» *Turismo y Territorio en la Región de Murcia*, pp. 83-91, Instituto de Fomento de la Región de Murcia.

ESPEJO MARÍN, C. (1997): «La oferta de turismo rural en el Noroeste de la Región de Murcia». *Geographicalia*, nº 35, pp. 87-97.

GOYTIA PRAT, A. (1998): «Nuevas tendencias de ocio y turismo». *Papers de Turisme*, nº 23, Agència Valenciana de Turisme.

DOSIER DEL SALÓN DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE DE 1996.

DOSIER DEL SALÓN DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE DE 1997.

DOSIER DEL SALÓN DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE DE 1998.

DOCUMENTACIÓN DE IFEPA SOBRE EL SALÓN DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE DE 1999.