

Nuevo Turismo

Los seguidores de la NBA y de los jugadores españoles como Gasol, Carbajosa, Navarro, Rodríguez o Calderón están acostumbrados a ganar o perder por tanteos muy ajustados, por ejemplo L.A.Clippers, 112: Memphis Grizzlies, 91, Toronto Raptors, 104:Filadelfia Sizers, 86 o Pórtland Trail Blazers, 93: Denver Nuggets, 109.¡ Casi nunca ganan o pierden por una diferencia de 36 puntos! Igualmente si nos vamos a la liga española de fútbol, los resultados son muy ajustados, Valencia 1:Real Madrid 5, Barcelona; 3 : Betis, 0 Las diferencias por lo general siempre son mínimas, casi nunca ganan por goleada Otra cosa es en Balonmano, en el último campeonato del Mundo celebrado en Alemania, España se permitió el lujo de

ganar por una diferencia de 28 tantos, siendo el resultado final de España, 41: Qatar, 18. A pesar de este triunfo, España quedó en el séptimo lugar .

Nuestro titular, Nueva York, 44: Madrid, 8,7 y El Louvre, 8,3: El Prado 2.2 puede confundirnos con estas competiciones deportivas o a simple vista parece ser el resultado de un partido de baloncesto o de fútbol americano. Ni mucho menos, es el resultado comparativo del número de turistas que han visitado las ciudades de Nueva York y Madrid, y por otro lado, el número de visitantes a los museos de El Louvre y el Prado. Las diferencias del tanteo no admiten ninguna discusión ni reclamaciones a los árbitros. El resultado ha sido contrastado debidamente con recientes datos.

Juan Ramón González

Hace ya unos meses, el Alcalde de Madrid decía en una comparecencia donde hacía balance de sus éxitos al frente del Ayuntamiento, y comparándonos a las grandes ciudades del mundo "tenemos menos paro que Nueva York, Los Ángeles o Londres" Esta posición de liderazgo, que compartimos con Nueva York, París y Londres, se completará en pocos años gracias a las políticas del Partido Popular para lograr que Madrid esté incluido entre estas metrópolis de influencia global

Igualmente los responsables del turismo de la Comunidad nos han dado sus cifras de forma triunfal " Madrid lideró el crecimiento del turismo en España el año pasado, al superar los 8,6 millones de turistas -volumen superior al de países como Egipto, Croacia, Brasil o Suiza- y registrar un incremento del 9,4% respecto al año anterior (744.358 viajeros más), cuando la media nacional se que-

dó en el seis por ciento

Siguiendo en esta línea triunfalista de la Comunidad, y a partir del estudio y de las conclusiones realizadas por Menlo Consulting Group, para el mercado emisor de los turistas norteamericanos hacia nuestra comunidad, su objetivo final es situar Madrid al lado de las tres ciudades europeas estrella, como son París, Londres y Roma.

¿ Qué tipo de turismo queremos?

A la hora de comparar competiciones, equipos, países, ciudades u otros elementos debemos de tener mucho cuidado, y mucho más los políticos, aunque sabemos que tienen una gran facilidad para hablar y hacer discursos de forma hueca ante sus fieles seguidores. Siempre se ha dicho que no es bueno hacer comparaciones y mucho menos en este caso. Seamos sensatos, ó es mucho pedir.

Los profesionales de la estadística, siempre nos dicen cómo se realizan, có-

mo comparan los datos, que indicadores o variables se utilizan, que es lo que no se puede comparar y para qué comparar, etc. Dejemos a los expertos con sus cifras y nosotros a dedicarnos a lo que verdaderamente importa: la calidad y excelencia de nuestro turismo en todos sus niveles.

Creíamos que se había erradicado el concepto de aumentar cada año el número de turistas, " sólo les interesan las cifras pero parece que no es así. Año tras año los políticos logran los titulares triunfalistas en los medios de comunicación ¿ cuando veremos de verdad a un político decir que las estrategias para el turismo no es crecer por crecer en número, sino por ejemplo crecer en ingresos, en calidad y atención de los servicios ofrecidos, en calidad y excelencia del destino y sus productos, en profesionalidad, en días de estancia, en calidad del empleo, en reparto de los benefi-

Viene de página 1
cios, en comodidad y facilidades, en información, en participación en las decisiones,... en definitiva en un nuevo modelo turístico, donde primen las personas y no las cifras?

¿ Es posible un nuevo turismo para Madrid ?

Un punto de partida

Desde el Grupo Regional de Turismo del Partido Socialista de Madrid consideramos que la elaboración de nuevas políticas en materia de turismo sólo será posible si contamos con las aportaciones y con la activa participación de los numerosos agentes, tanto públicos como privados, implicados en el hecho turístico de la Comunidad de Madrid

Para la implementación deberán mantenerse contactos, entre otros, con las concejalías de turismo de los numerosos municipios, los directivos de los Patronatos de Turismo de Madrid y los responsables en la Comunidad de Madrid de la dirección y gestión de los servicios relacionados con el desarrollo turístico; las Subdirecciones del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo relacionadas con la comercialización exterior, la calidad y el desarrollo tecnológico del sector turístico; los responsables de museos madrileños y los directivos, profesores y estudiantes de las Escuelas Universitarias de Turismo y directivos de la Institución Ferial de Madrid

En el sector privado invitaremos a dialogar a los responsables de todas las asociaciones empresariales de la Comunidad de Madrid relacionadas con el desarrollo turístico local o regional y a cuantos empresarios del sector hotelero, agencias de viaje, restauración, organización de congresos y actividades turísticas complementarias que pretendan participar de este proyecto global. Lamentamos que la actual administración madrileña no satisfaga los cauces institucionales de representación y participación exigidos para llevar a cabo los planes y programas elaborados por la administraciones públicas en los últimos años.

No podemos olvidar la esencial participación de las organizaciones sindicales y profesionales así como las de consumidores y usuarios cuya tradicional relación con nuestro proyecto ha permitido un mayor conocimiento de la problemática del sector y de las reivindicaciones

planteadas por cada uno de los grupos de interés implicados en esta actividad.

Nuestro proyecto pretenderá ofrecer un marcado carácter innovador al adaptar los sistemas de interacción entre agentes a la planificación y gestión del turismo desde las administraciones públicas regionales. La utilización de estos sistemas resulta especialmente apropiada para una actividad global claramente intersectorial, en la que tanto el análisis como la planificación requieren la consideración de múltiples intereses y factores territoriales, económicos, culturales, sociales, tecnológicos y medioambientales. Entre sus utilidades más significativas destacan:

- El análisis de localización óptima de inversiones y proyectos turísticos,
- La simulación de tendencias
- El desarrollo de técnicas de previsión y prospectiva. Nuestro proyecto pretende responder, además, a las exigencias que se plantean a los agentes públicos y privados para la consecución de una gestión sostenible del turismo, seguramente el mayor reto que debe afrontar el turismo MUNDIAL de cara al siglo XXI.

El análisis de localización óptima de inversiones y proyectos turísticos, La simulación de tendencias El desarrollo de técnicas de previsión y prospectiva. Nuestro proyecto pretende responder, además, a las exigencias que se plantean a los agentes públicos y privados para la consecución de una gestión sostenible del turismo, seguramente el mayor reto que debe afrontar el turismo MUNDIAL de cara al siglo XXI.

Una nueva Política Turística para la Comunidad de Madrid

Los socialistas madrileños planteamos a la sociedad y al sector, la necesidad de formular un nueva Política Turística, basada en las siguientes líneas fundamentales de actuación

1. La inserción del turismo en una concepción moderna y progresista de la cultura, el ocio y la recreación social, lo que obliga a tener en cuenta sus distintas facetas: fomento de las prácticas lúdica y viajera de los ciudadanos madrileños (turismo emisor) y desarrollo de todos los aspectos y sectores implicados en el turismo receptivo
2. La de consolidar y potenciar el mayor reconocimiento socio-económico del turismo como actividad generadora de riqueza y empleo, llamada a convertir-



se en una de las claves y ejes centrales del desarrollo de la Comunidad de Madrid

3. La política turística enmarcada dentro de una concepción sostenible del desarrollo, entendido no sólo en el aspecto medioambiental, sino también en los de carácter cultural, económico y social
4. La aceptación de la calidad y la excelencia como uno de los parámetros fundamentales de la actividad turística madrileña, en su doble vertiente de turismo receptivo y turismo emisor.
5. La superación y corrección de la variación estacional de la demanda. Nos proponemos convertir en realidad esta bandera: "Todo el año en Madrid".
6. La adaptación inmediata y flexible a los cambios coyunturales y estructurales del llamado "mercado de turismo", con el fin de asumir las nuevas tendencias de la demanda, tanto en lo que se refiere al turismo receptivo como al turismo emisor
7. La definición específica y la respuesta concreta a las demandas de "turismo cultural" y de "turismo de encuentros", claves fundamentales de la oferta turística de calidad de Madrid
8. Una decidida promoción de la oferta, producida por los agentes y sectores, con la colaboración de todas las instituciones implicadas y mediante la aplicación de los recursos, públicos y privados, que se considere imprescindibles y necesarios
9. La formulación de nuevas y sugerentes propuestas de actividades turísticas, complementarias y alternativas y los consiguientes equipamientos y servicios, tanto en lo que respecta al turismo receptivo como al turismo emisor.