



---

# ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA

## DIARIO DE SESIONES COMISIÓN DE INDUSTRIA, TRABAJO, COMERCIO Y TURISMO

---

Año 2014

VIII Legislatura

Número 14

---

SESIÓN CELEBRADA  
EL DÍA 10 DE JULIO DE 2014

### ORDEN DEL DÍA

I. [Moción 324, sobre la marca turística Costa Cálida](#), formulada conjuntamente por doña Severa González López, del Grupo Parlamentario Popular; doña Begoña García Retegui, del Grupo Parlamentario Socialista, y don José Antonio Pujante Diekmann, del Grupo Parlamentario Mixto.

---

## SUMARIO

Se abre la sesión a las 12 horas y 30 minutos.

### **I. Moción 324, sobre la marca turística Costa Cálida.**

En el turno general de intervenciones, participan:

El señor [Martínez Bernal](#), del G.P. Socialista..... 207

El señor [Pujante Diekmann](#), del G.P. Mixto..... 208

La señora [Cabrera Sánchez](#), del G.P. Popular ..... 209

Se somete a [votación](#) la Moción 324 ..... 210

Se levanta la sesión a las 12 horas y 45 minutos.

SR. BERNAL ROLDÁN (PRESIDENTE):

Bien, nada, buenos días.

Vamos a empezar esta comisión.

El primer punto del orden del día es la aprobación del acta de la sesión anterior, de 24 de junio. ¿Alguna observación? Pues se aprueba por unanimidad.

Y en segundo lugar, el segundo punto del orden del día es el debate y la votación de la [Moción en comisión sobre la marca turística Costa Cálida](#), que ha sido formulada por los tres grupos parlamentarios.

En el turno general de intervenciones, se va a conceder un turno para cada grupo. Tiene la palabra en primer lugar el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, don Antonio Martínez.

SR. MARTÍNEZ BERNAL:

Muchas gracias, señor presidente.

Bien, yo creo que la primera palabra de mi intervención debe ser congratularnos, congratularnos, felicitarnos, porque hemos conseguido que algo que es absolutamente necesario para el sector turístico de nuestra región, que nos hayamos puesto de acuerdo y que haya un consenso entre los tres grupos políticos y el sector. Yo creo que es importante, muy importante, la promoción, y a la promoción hay que ponerle cara, y la cara de la promoción es la marca y es el logotipo. Cualquier zona turística importante de nuestro país tiene una cara, tiene una marca y tiene un logotipo (Guggenheim, Sagrada Familia, Alhambra), y la Región de Murcia necesita tener algo importante.

Y es importante también la permanencia. Nunca entendí por qué una marca que estaba en buena disposición y que estaba asentada, como era Costa Cálida, se abandonó de la noche a la mañana por otras marcas para explorar otros campos cuando ese funcionaba. No se le ocurriría a Coca-Cola que el logotipo de Coca-Cola o Pepsicola se abandone cuando funciona por explorar nuevos campos. Por eso yo creo que es una buena decisión.

Creo que empezamos a andar un camino, pero también es verdad que la promoción no debe de quedarse solamente en lo que es una marca y posteriormente un logotipo, eso debe de servir para acceder a los mercados y vender realmente nuestro producto, con lo cual yo creo que desde la Comunidad, desde el Gobierno, se debe de hacer una apuesta importante por algo que venimos demandando como es la promoción turística, creernos de verdad que el turismo debe ser un pilar importantísimo en la creación de riqueza y en la creación de empleo, y hay algo que yo creo que no debemos de abandonar y que tenemos que profundizar, y es de alguna forma engarzar esa marca que de alguna forma vende un sector que es más bien litoral, engarzarlo con nuestro turismo de interior.

Hay que buscar de alguna forma que el potencial que va a tener esa marca y ese logotipo, que yo espero que también, y es importante que el logotipo, una vez que sea el concurso de ideas sea fruto también del consenso, espero que también sea así, pero que, insisto, la preocupación por engarzar de alguna forma el potencial tan importante que tenemos de turismo interior con todo el turismo de la región, yo creo que tendríamos que ir a un tótum revolútum importante donde a un valor que tenemos ahí y que lógicamente está puesto ya en el escaparate, como es nuestro sol y playa, que yo nunca me he creído eso de que es un sector que está maduro, los sectores maduros no existen, o son competentes o no lo son.

Pero que yo creo que el siguiente paso que hay que hacer al rebufo precisamente de esta marca es ver de qué manera engarzamos esos valores (cañón de Almadenes, las cuevas del puerto de Calasparra, las bodegas, ruta del vino de Jumilla, Bullas), ese potencial ecológico, ese potencial natural, gastronómico que tenemos en nuestro interior, porque, en definitiva, si conseguimos hacer una marca importante, "Región de Murcia" (y yo creo que el eslabón importante es esta marca), pues podremos

conseguir eso que todos estamos deseando, y es que el turismo de nuestra región sea capaz de generar empleo y que nos pongamos a la altura de otros territorios del arco mediterráneo que hoy día todavía están, si no a años luz, por lo menos a meses luz de lo que es el turismo de nuestra región.

Muchas gracias.

SR. BERNAL ROLDÁN (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Martínez.

A continuación tiene la palabra, por el Grupo Parlamentario Mixto, don José Antonio Pujante.

SR. PUJANTE DIEKMANN:

Muchas gracias, señor presidente.

Yo me felicito también de una iniciativa conjunta, y sobre todo por la particularidad de que en uno de sus apartados se hace referencia a la necesidad de que la marca tenga estabilidad y, en consecuencia, que el consenso sea el elemento fundamental y básico que mantenga esa estabilidad. En consecuencia, no se podrá producir ningún cambio en el futuro que no cuente en definitiva con ese acuerdo, con ese consenso de todas las fuerzas políticas con representación parlamentaria, para evitar sobre todo que ocurrencias que pueda tener cualquier consejero alteren lo que ha sido una dinámica positiva en una marca de reconocido prestigio y que yo ya antaño defendí.

Yo defendí la marca Costa Cálida, era la marca que a mí me parecía más adecuada, la marca que estaba consolidada, asentada en la Región de Murcia, y no entendía el cambio repentino que se planteó y se produjo de manera intempestiva por quitar esa marca por otra marca que evidentemente no se consolidó y que quiero recordar que también conllevó un coste presupuestario que todos los ciudadanos hemos tenido que pagar con creces.

Por tanto, la iniciativa nos parece positiva y efectivamente la marca no solo se circunscribe a Costa Cálida sino también Costa Cálida-Región de Murcia. Es decir, la idea de la Región de Murcia como tal es una idea importante a resaltar, sobre todo porque toda costa tiene su interior y, en consecuencia, hay que establecer ese necesario vínculo entre la Región de Murcia, la parte interior de la Región de Murcia, su riqueza y su atractivo turístico con lo que sería la Costa Cálida, pero Costa Cálida como tal como referencia geográfica inicial o punto de partida es indispensable.

Y luego otra cuestión con respecto al tema del logo, aunque es una cuestión fundamentalmente de imagen, de marketing, pero no deja de ser también relevante, no deja de ser importante, yo creo que se puede plantear un cambio radical del logo, y quizá pueda ser esa la resultante, pero yo soy más bien partidario de una evolución a partir de la marca, del logo ya consolidado. Es decir, evidentemente todos los logos van evolucionando, las marcas a que ha hecho referencia el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista van evolucionando a partir las preexistentes. Entonces aquí hay dos posibilidades: o partir de algo radicalmente nuevo y diferente cortando con la imagen, con el logo del pasado, o bien a partir del preexistente llevar a cabo una evolución de la propia imagen. Yo me inclino por eso, porque eso también haría que en cierto modo ese recuerdo consolidado de la imagen del sol naranja, el barquito y tal, esa imagen de alguna forma se mantenga de algún modo y que evolucione, todos los logos en este sentido evolucionan. Pero, en fin, en cualquier caso es una cuestión también subjetiva. Yo entiendo que también el propio sector esté de acuerdo con una imagen que sea sencilla, que sea reconocible, que sea atractiva y que pueda, sobre todo, generar receptividad y atractivo por parte de quienes tienen que venir o queremos que vengan aquí a la Región de Murcia.

Por tanto, felicitar me tanto por la propuesta en sí como por la iniciativa política que en algunos otros ámbitos también sería interesante generalizar, es decir, hay algunos que no pero hay algunos ámbitos en los que sí sería interesante cuestiones de consenso básico, plantear que, salvo que haya

una alteración del planteamiento del consenso, las cuestiones fundamentales de la Región de Murcia no se puedan modificar si no es por el propio consenso de las fuerzas parlamentarias.

Nada más y muchas gracias.

SR. BERNAL ROLDÁN (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Pujante.

A continuación, tiene la palabra, por el Grupo Parlamentario Popular, la señora Cabrera.

SRA. CABRERA SÁNCHEZ:

Gracias, señor presidente.

Señorías, yo voy a hacer una breve referencia en cuanto a cómo surge esta puesta en común.

El pasado mes de junio comparecía en esta Comisión el consejero responsable de Industria, Turismo, Empresa e Innovación, el señor Ruiz, donde presentó un plan en cuanto a turismo, unas medidas de actuación que aquí se refirieron hasta el final de la legislatura. En esta presentación, señorías, se destacó la apuesta por la promoción, por promoción y más promoción junto con el sector turístico, y una promoción conjunta también con los grupos políticos.

Yo cito literalmente lo que el señor consejero dijo: “Pretendemos impulsar el posicionamiento de una marca única que identifique a la Región de Murcia tanto a nivel nacional como internacional. Porque la eficacia de una marca va ligada a la estabilidad y duración en el tiempo, así también se racionaliza el gasto”, porque cambiar marcas año tras año supone un gasto adicional, aparte de que esos productos no da tiempo a asentarse en lo que son los mercados.

En esa comparecencia, señorías, el señor Ruiz decía “yo no quiero orientarles qué marca es la que debiera ser, pero sí que es verdad, y no lo voy a negar, que estamos valorando la posibilidad de poner sobre la mesa Costa Cálida-Región de Murcia”. Así fue. En esa apuesta yo recuerdo que ambos (bueno, en este caso era la señora Clavero la que intervenía y el señor Pujante) estaban de acuerdo, y de ahí nace esa idea, la de tratarlo conjuntamente. Una marca geoclimática porque nos sitúa geográficamente y con un clima perfecto, que es donde vive el sol, en nuestra Región de Murcia.

En esa misma comparecencia, señorías, el señor Ruiz decía que “la actividad turística de esta región es uno de los grandes motores de desarrollo y empleo”, y es así, hay resultados. ¿Que hay que sumarles más? También es cierto. Pero había un reto que se quería poner. Queremos marcarnos que el peso de la economía regional supere el 10 % del PIB, es una apuesta ambiciosa, y para ello dijo que es imprescindible continuar trabajando la desestacionalización, con una promoción patrimonial, turística y cultural con diferentes productos. Perlicas que tiene nuestra región, digo yo, y que nada tiene que envidiar a las apuestas que tienen diferentes lugares del mundo, que yo no les voy a relatar todas, pero sí les diría que visitaran una página, una página web, que se llama “Me encanta Murcia”, donde hay parajes no de costa solo sino del interior de nuestra región comparados con otros parajes del mundo bastante reconocidos, y es bastante interesante.

Bien, pero no solamente son sus bondades turísticas, en esta promoción hay un factor importante, las empresas exportadoras juegan un importante papel, como digo. No solamente se quedaba ahí en lo que decía usted, señor Bernal, solamente en el turismo, afecta a todo, hay una serie de sinergias creadas, verá por qué se lo digo. Las empresas exportadoras son aquellas que también logran abrir muchos mercados para los productos, bienes y servicios que se generan en esta región, como he comentado. El producto murciano a exportar debería de llevar una marca, una etiqueta, para ser reconocido, reconocible el lugar del que procede, del que partió, tanto frutas (lo comenté cuando la comparecencia), verduras, vinos, muebles. Yo pienso que sería una gran labor de promoción en muy pocos centímetros.

Transmitir la procedencia de un producto es invitar a conocer la tierra del que parte. La Región de Murcia debe aprovechar su potencial condición exportadora. Vuelvo a decir lo de las lechugas, si 1.000 millones de lechugas de nuestra tierra llegan a muchos hogares, muchísimos, de todo el mundo para su consumo y estas en su envoltorio identificasen la marca Murcia como su origen, el consumidor acabaría identificándolas con un destino de igual calidad que el producto que consume. Es toda una excelencia.

El que se consiga que la marca Costa Cálida-Región de Murcia estemos hablando de ella, pues es un acuerdo del sector turístico, tenemos aquí 18 documentos de 18 asociaciones de la Región de Murcia que apuestan... y todas dicen:

Primero. Proponemos y apoyamos la denominación Costa Cálida como marca turística para representar a la región.

Y segundo. Que esta marca debe tener continuidad en el tiempo.

Entonces todos estamos de acuerdo en ello.

Yo por mi parte nada más que agradecer el que podamos haber traído esta moción conjuntamente y, bueno, estar a favor de nuestra tierra y proclamar nuestra tierra por todos los lugares del mundo.

Muchas gracias.

SR. BERNAL ROLDÁN (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Cabrera.

Y producidas las intervenciones, vamos a pasar entonces directamente a la votación de esta moción. Votos a favor. Por unanimidad. Bueno, pues se aprueba la votación por unanimidad.

Muchas gracias, señorías, y se levanta la sesión.