

A B C

DIRECTOR: Torcuato LUCA de TENA
 DIRECTOR ADJUNTO: Pedro de LORENZO
 SUBDIRECTORES: Jesús REVUELTA IMAZ
 y Luis María ANSON

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
 TALLERES: SERRANO, 61. MADRID.
 APARTADO 43.

TELEFONOS.—Redacción y Talleres: 2251710
 y 2759402. Administración: 2255020

Editor: PRENSA ESPAÑOLA, S. A.

CLARO ANALISIS
DEL TURISMO

La industria turística o, más ampliamente, la economía toda del turismo necesitaban hace algún tiempo, aunque no hubieran quedado comprendidas en el marco crítico en el que se desenvuelven ahora por fuerza la casi totalidad de las relaciones y procesos económicos, un claro análisis.

El turismo en nuestro país se ha desarrollado, a partir de unos años determinados, con mucha mayor dosis de ímpetu, de ritmo acelerado en las realizaciones públicas y privadas, que de consciente ponderación o de cuidadosa planificación, si se quiere. Seguramente, no pudieron ocurrir de otra manera las cosas porque era necesario responder con una capacidad de recepción cierta a un vertiginoso incremento de turistas, proyectados, en oleadas sucesivas y enormes, hacia muy diversas comarcas y zonas de la geografía española.

En estas condiciones —quizás no óptimas, pero obligadas— se ha consolidado el sector turístico y ha ascendido a uno de los puestos primeros o más fundamentales de la economía nacional.

La crisis económica europea, que ha modificado, este año, el acento firme de la demanda turística, ha abierto una ocasión oportuna para repensar y analizar, con claridad, el sector: sus características actuales y sus posibilidades —que las tiene aseguradas— de futuro.

Sin concesiones a una fácil inercia triunfalista, con criterio ecuánime y muy concreta estimación del problema en su conjunto y de cada una de sus facetas, ha analizado el sector y el fenómeno, el ministro de Información y Turismo, señor Cabanillas Gallas, en Palma de Mallorca.

Su base expositiva, imprescindible para luego apuntar soluciones bien argumentadas y, por lo tanto, válidas, arranca de una sincera exposición de las circunstancias o características de la situación actual del turismo en el país.

Ha señalado, con expresa referencia, cuatro: «desajuste entre oferta y demanda», «deficiente estructura de las empresas del sector», «deficiencias en los procedimientos de comercialización» y «bajo nivel de renta de los turistas que nos visitan».

No se trata, por supuesto, de brindar, al servicio del lucimiento político, descubrimientos; se trata —intención más constructiva y pragmática— de subrayar con autoridad suficiente unas verdades que tenían ya circulación amplia, pero todavía pendiente de réplicas, más o menos interesadas.

Cada una de estas cuatro características encierra y revela, al tiempo, una deficiencia del planteamiento turístico que ahora, por la crisis externa, cobra más

acentuado relieve y resulta más urgente resolver.

El desajuste entre oferta y demanda —primera característica e importante deficiencia— podría incluir el resumen de todas las dificultades que afronta ahora el sector. Por el desajuste es deficiente la estructura empresarial turística y aparecen, evidentes, los fallos de comercialización; por una llamada indiscriminada, pero estimulada y propiciada, al turismo, ha agravado el desajuste una masiva recepción turística de escasa rentabilidad.

Los errores iniciales, sin duda inevitables a lo que cabe deducir, se cometieron en este punto; cuando se asimiló, sin más, la creciente avalancha del turismo y aun se estimuló, por múltiples medios; cuando centrada obsesivamente la visión en el ingreso de divisas, sólo se pensó en aumentar, con la menor dilación posible, la oferta de plazas para el turismo y se descuidaron las previsiones, las precauciones incluso, que podían haber operado como elementos de equilibrio de la oferta y la demanda; se olvidaron entonces, posibles variaciones de la coyuntura y se prescindió de consideraciones competitivas.

Esta actitud, excesivamente «receptiva» —la ingenua actitud favorable al «que vengan todos y cuantos más mejor»— ha sido condicionamiento indudable para la deficiente estructura de las empresas del sector; segunda característica de la situación actual. La iniciativa creadora de plazas turísticas, unida a las normas que la formentaron, desbordaron, con exceso, lo que hubiera podido ser una previsión más prudente. Tendencias especulativas llegaron a construir la infraestructura necesaria y también la «marginal». (Es decir, la que primero y con menores posibilidades de resistencia se encuentra cercada por la crisis.)

Las deficiencias en la comercialización del turismo —la servidumbre a las agencias internacionales que mueven a los turistas— son tema ya bien conocido y comentado. El 9 de septiembre de 1973, haciéndonos eco de unas declaraciones del presidente del Sindicato de Hostelería, escribíamos sobre la paradoja turística que soportaba el país: la subvención a turistas de países con alta renta per cápita, porque a ello equivalían los bajos precios de sus vacaciones, en España, por medio de la actuación de los «tour-operators». Hecho que, también, ha desequilibrado el negocio turístico.

Por último, el bajo nivel de renta de la mayoría de los turistas recibidos ha motivado, desde hace tiempo, adversos comentarios. En el mes de agosto de 1972 (A B C, de los días 26 y 27) publicamos dos editoriales titulados «Turismo de masas y turismo de calidad», cuya conclusión era, naturalmente, la imperiosa necesidad y conveniencia de reordenar el turismo, reconsiderar la política turística, para obtener mayor rentabilidad, para contener, dentro de ciertos límites, el turismo de masas y para incrementar, por todos los medios, el turismo de calidad.

Este análisis lo ha hecho con profunda claridad el ministro de Información y Turismo, don Pío Cabanillas. Plantearse con claridad un problema es tenerlo casi resuelto y, desde luego, el único camino para llegar a su solución.

En próximo artículo editorial, complementario de éste, glosaremos el programa de acciones esbozado por el ministro para replantear la política de turismo que más conviene al país.