

Turismo: Graves problemas

Hace pocas semanas, en estas mismas páginas, señalábamos que, en los umbrales del verano, las perspectivas turísticas eran poco consoladoras y se presentaban colmadas de incertidumbres. Los últimos datos oficiales han venido a confirmar estos augurios. En los cinco primeros meses de 1980 la entrada de visitantes, estables u ocasionales, ha descendido en más de un millón. Concretamente, en mayo, trescientos mil menos. Se observa, sin embargo, que en el mismo período salieron al extranjero un millón trescientos mil españoles más que el año anterior. Frente a una reducción del 9,3 por 100, en el número de turistas foráneos se alza un 22,6 por 100 de incremento en el éxodo temporal de nuestros compatriotas.

Tales cifras tienen negativa incidencia en la balanza turística, hasta ahora pilar fundamental en el que se apoyaba la balanza de pagos por cuenta corriente para mantenerse en inestable equilibrio. En efecto, en el primer cuatrimestre, los ingresos por este concepto se situaron en torno a los 1.700 millones de dólares (un 11 por 100 más que en 1979) y los pagos en 368 millones (un 84 por 100 más). El saldo es positivo en 1.330 millones de dólares aproximadamente, lo que significa una desaceleración de su ritmo de crecimiento tomando como referencia lo ocurrido en ejercicios precedentes.

Metidos ya de lleno en el período estival, la acción terrorista de ETA ha emprendido una eficaz campaña disuasoria de presuntos visitantes, hábilmente aprovechada por muchos medios de comunicación de diversos países para fomentar una desviación de esta corriente hacia otras zonas de la geografía europea. Por el momento no hay víctimas, pero sí se ha creado un clima de inseguridad ciudadana, un ambiente de aprensión y miedo que desalienta los propósitos de los extranjeros y de los propios españoles. Y así aquéllos buscan otras playas, otras sierras u otros soles menos calientes pero más tranquilos; y así éstos orientan su descanso hacia lugares ultrafronterizos.

Súmense a este factor otros elementos negativos no desdeñables. Alguno no se nos puede imputar: pensemos, por ejemplo, en la grave crisis y agudizada inflación que viven países de nuestro entorno. Pero otros sí. El encarecimiento de los servicios turísticos fue muy fuerte en 1979 y más moderado en 1980, y, lamentablemente, se ha visto acompañado de una progresiva degradación de esos mismos servicios, especialmente los que llevan acento personal. Nuestra oferta turística es hoy menos competitiva que nunca no sólo en precio, sino también en calidad. Las consecuencias, extremadamente graves para la economía nacional, empiezan a dejarse sentir ya.

... Y NUEVOS PLANTEAMIENTOS

El problema no puede dejarse sin solución. Es mucho lo que se apuesta en el juego. Es verdad que el aluvión turístico de los años sesenta forzó a muchas respuestas improvisadas, sin visión de futuro, y ello hace que las deficientes estructuras turísticas se resientan ahora. Pero no hay que volver demasiado los ojos al pasado, sino centrarlo en el presente y en el inmediato porvenir. Urge, pues, encontrar los caminos más idóneos y viables que hagan posible la recuperación y consolidación del sector en estos momentos de crisis generalizada. Hace unos días, los ministros de Co-

mercio y Turismo e Interior se reunieron con empresarios turísticos para plantearse con realismo la situación y buscar en común decisiones operativas de incidencia positiva. La CEOE ha asumido la responsabilidad de crear en su seno una Comisión de Turismo, con específica y continuada atención al tema. Es, sin duda, un paso adelante.

Como lo es también la intervención reciente del ministro Luis Gámir en la entrega de distinciones al mérito turístico. En ella encontramos la compleja trama de una política encaminada a superar las presentes dificultades y prevenir y evaluar el alcance de las que el futuro haya de depararnos, manteniendo, en la medida de lo posible, acentuyendo el dinamismo tradicional del sector.

De cara al exterior, se hace necesario y urgente intensificar la labor de promoción, encauzándola debidamente mediante el aprovechamiento eficiente de las técnicas comerciales y de «marketing» más modernas. Han quedado atrás los tiempos en que los nórdicos o los centro-europeos acudían al simple reclamo del sol o de la belleza de las playas. Esta tarea pasa por la potenciación de las representaciones oficiales de nuestro turismo en el extranjero, menospreciadas y capitidismuinidas cuando, posiblemente, se creyó que el fenómeno había alcanzado su techo, sin distinguir bien entre cantidad y calidad.

De cara al interior, es preciso respetar la libertad de iniciativa y de movimientos de todos los ciudadanos, pero este respeto no está reñido con una seria concienciación de las ventajas que puede ofrecer a los españoles el turismo interior, racionalmente planeado, desestacio-

nalizado incluso. Ello pasa por un análisis en profundidad de la relación precio-calidad en los servicios de hotelería y restauración, en los transportes. A la hora de pagar, los españoles no olvidan que sus facturas, en igualdad de condiciones, son sensiblemente más elevadas que las que abonan nuestros visitantes extranjeros.

Las perspectivas inmediatas no son esperanzadoras. Se multiplican las dificultades y hay que afrontarlas con talento innovador y con ánimo esforzado y solidario. El maná ya no viene del cielo; hay que salir a su encuentro. La experiencia de 1980 puede ser muy valiosa si somos capaces de extraer de ella las oportunas lecciones. Lo importante es que no se pierdan o despilfarran los valiosos recursos que, desde el punto de vista turístico, España posee.