

# TURISMO Y DESARROLLO ECONOMICO (\*)

## 1.º El Turismo como Sector Económico.

Hasta hace bien pocos años el turismo no pasó de ser una partida más de las muchas del sector servicios, normalmente no individualizado en su cuantificación por su pequeña cifra en relación con el sector a que pertenecía.

La importancia económica del turismo es bien reciente y coincide, sensiblemente, con el período de la rehabilitación económica de la última postguerra. No es éste lugar para entrar en el análisis de las causas mediatas e inmediatas del gran desarrollo alcanzado por este fenómeno en la actualidad, pero en el deseo de encuadrarlo en su aspecto económico podemos simplificar su esquema de desarrollo, asegurando que, aparte otras motivaciones de tipo psicológico, la razón principal de su auge masivo radica en los excedentes, en los surplus de renta sobre las necesidades de consumo que permite, de unas entradas cada vez mayores, dedicar más cantidad de gasto a los períodos de vacaciones.

Es también importante recordar que el turismo ha perdido, con su masificación, mucho de su antigua motivación cultural, circunscrita a selectas minorías hasta hace un cuarto de siglo para convertirse en un simple consumo de ocio durante las vacaciones. Es importante señalar que aquél y éstas se hallan tan vinculadas a la época de gran desarrollo laboral en que vivimos, que vienen a convertirse en una constante misma de todo el proceso de expansión económica futura.

El gran desarrollo de la producción va incorporando cada día más personas al quehacer laboral remunerado y va haciendo posible, paulatina pero irreversiblemente, mayor participación de la masa laboral en los beneficios de la colectividad. Paralelamente, el aumento constante —salvo contingencias anormales— de la renta de cada país, hace, por fuerza, que las dos variables de la demanda turística —mayor necesidad de disfrute de vacaciones y mayor renta para gastar en este disfrute— sean constantes y crecientes en el tiempo.

En la función de demanda, la línea de los 500 \$ de renta media por cabeza es la que señala con bastante exactitud la posibili-

---

(\*) Lección pronunciada en la apertura de curso de los Estudios Universitarios y Técnicos de Guipúzcoa.

dad de demanda turística masiva del país. Es decir, es a partir de esta cifra cuando la colectividad social de que se trata tiene ya satisfechas las necesidades de consumo imprescindibles y, paralelamente, los gastos en turismo empiezan a adquirir una importancia mayor, tanto en las cifras de su turismo interior como en el exportado. La partida de exportación turística se proyecta naturalmente de forma negativa sobre el balance de pagos y alcanza cantidades grandes aunque, salvo casos determinados, sin grave peligro para su saldo exterior, pues se trata siempre de países de gran desarrollo en los que esta forma de exportación del gasto puede ser incluso beneficiosa desde el punto de vista de economía exterior, si bien en otros puede incidir peligrosamente en el saldo de su balanza.

En lo que se refiere a los países receptores, las cifras de pago de los turistas, sobre las que volveremos más adelante, alcanzan rápidamente cifras importantes dentro de su renta nacional lo que les obliga a crear rápidamente todo un esquema receptor apropiado para hacer frente a la satisfacción de la demanda, si se desea situar al turismo como un sector importante dentro de la economía del país y, por supuesto, como una partida decisiva muchas veces en el cierre afortunado de su balance de pagos. Cuando se dan las constantes climáticas apropiadas, una conveniente política puede asegurar el aumento turístico hasta convertirlo en sector importante de su economía.

La calificación del turismo como sector con individualidad propia, dentro del complejo económico, no es fácil de establecer, pero parece indudable que debe alcanzarla, junto al resto de los sectores importantes de la estructura del país, cuando se dan en él las siguientes circunstancias:

a) Mantenimiento en su función de oferta y demanda, con las variaciones inherentes a todo fenómeno de consumo.

b) Importancia cuantitativa de sus cifras dentro de la renta nacional del país y de su balance de pagos.

c) Adscripción fija de una población laboral importante dentro del cuadro general del país.

d) Existencias de estructuras adecuadas para hacer frente a la demanda.

Estas cuatro concausas se presentan, sin duda, en el turismo de muchos países en la hora actual. Puede decirse con certeza que se mantendrán en el futuro con carácter siempre creciente y, por supuesto, se dan ampliamente en nuestro país.

Ya se ha aludido a que la demanda tiene como variables de su función la renta "per capita" del país y la propensión a invertir en vacaciones lejos de puntos del trabajo habitual. Puede afirmarse con

certeza que ambos componentes han de ser crecientes en un futuro inmediato, salvo situaciones imprevisibles.

En trabajo publicado recientemente (1) aludimos al tipo general de esta función de demanda de la siguiente forma:

$$Ct = a (Y - 500)^b e^d$$

siendo a y b constantes y d factor variable representativo de la madurez social.

Engloba esta formulación las dos grandes motivaciones turísticas, es decir, el aumento de la renta privada del turista, siquiera sea proyectada en su aspecto medio de renta anual por cabeza, y el grado de madurez social ofrece el país en cuestión. Que ambas variables, tanto la renta como la madurez social, sean a su vez funciones del tiempo, no lo dudamos; pero el hecho es que la fórmula debe interpretarse de una manera más objetiva y más exacta en función de la cantidad de renta capaz de invertirse en turismo y del grado de madurez social del pueblo que se estudia.

Sin entrar, por el carácter de esta lección, en una determinación práctica, la morfología de la función permite confirmar de manera matemática las razones que adelantamos anteriormente.

Por lo pronto, se puede asegurar que el carácter exponencial de las dos variables de la fórmula aseguran no solamente el carácter monótono creciente de la función, sino que su primera y aún segunda derivadas, al ofrecer este mismo carácter, confirman de una manera incontrovertible esta cualidad creciente con que definimos el fenómeno para intuir de ello que nos hallamos en el comienzo, y sólo en el comienzo de un proceso de gran envergadura, cuyo punto de saturación tendrá que contradecir la formulación actual y, por tanto, no es presumible presentar en un plazo relativamente inmediato.

Después, el carácter irreversible del proceso está confirmado, porque, así como en determinados períodos es posible que un país tenga estancamiento y aún retroceso de su nivel de renta, en el aspecto social difícilmente puede producirse la reversión, con lo que este segundo término de la fórmula, de carácter especialmente humano, es un forzoso moderador de la variación numérica del desarrollo en la renta que ofrece carácter indudablemente más contingente.

También se confirma el hecho de que es a partir de un determinado nivel de renta cuando los países empiezan a invertir grandes

---

(1) *Boletín de Estudios Turísticos* número 2, segundo trimestre de 1964.

cifras en turismo; de un lado, este nivel medio de la renta supone el acceso de una inmensa mayoría de la población a todos los bienes de alimento, uso y vestido prácticamente necesarios para la subsistencia, lo que les permite liberar cantidades que pueden dedicarse al turismo, y de otro, la fórmula confirma la gran velocidad del desarrollo turístico en aquellos países en que, superado ese "vanum", ese umbral mínimo, hay cada vez más "surplus" dedicables por entero al nuevo fenómeno del viaje y de la vacación.

Finalmente, la importancia de la madurez social tiene un papel fundamental, y, en cualquier caso, el fenómeno es acumulativo, puesto que el turismo engendra a su vez mayor nivel de educación, el cual, a su vez, mejora el grado de madurez social, lo que confirma el fenómeno de que las masas que comienzan la experiencia de las vacaciones se habitúan inmediatamente a ellas.

## **2.° La importancia del turismo en la economía de distintos países.**

No cabe duda del interés que ofrece una comparación, tanto en términos absolutos como relativos, de la renta turística de distintos países; pero no poseyendo estimaciones análogas en los mismos, la confrontación sólo puede realizarse a través de indicadores indirectos y parciales.

Uno de ellos lo constituye el denominado índice de intensidad turística, es decir, el número de plazas hoteleras por mil habitantes que da un valor aproximativo del volumen de oferta global para turismo interior y extranjero. Sin embargo, la importancia creciente de los alojamientos extrahoteleros, tan desigual de unos a otros países, hace fácilmente distorsionable dicho índice y hace especialmente aumentar el español por el gran auge reciente de este tipo de construcciones. Para el grupo de naciones de la O. C. D. E., los datos estadísticos disponibles son los siguientes:

P A I S E S	Total de camas de hotel (sin medios de alojamiento complementario)	Camas de hotel por 1.000 habitantes (coeficiente de intensidad turística)
Austria ... ..	322.697	46
Bélgica ... ..	111.679	12
Canadá ... ..	260.658	14
Dinamarca ... ..	47.700	10
España ... ..	331.061	12
Estados Unidos ... ..	5.000.000 (aprox.)	28
Francia ... ..	1.085.105	23
Irlanda ... ..	35.666	13
Italia ... ..	921.658	18
Portugal ... ..	20.772	2
Reino Unido ... ..	1.067.250	20
República Federal Alemana ... ..	643.612	12
Suiza ... ..	220.734	41
Turquía ... ..	27.424	1

Austria y Suiza constituyen, con arreglo a este índice, los países de mayor desarrollo turístico relativo, mientras que los últimos lugares son ocupados por Turquía y Portugal. Como puede verse, España se halla aún con una densidad hotelera casi la mitad de la francesa, aunque de mucha más calidad que ella, en tercio menos de la italiana, lo que confirma una primera afirmación de que nos hallamos muy lejos de un posible punto de saturación turística, no obstante los avances de estos últimos años y el carácter eminentemente concentrado de nuestros alojamientos, cuyo índice provincial damos en el cuadro siguiente:

P R O V I N C I A	Total plazas hoteleras	Plazas por 1.000 habitantes
Gerona ... ..	39.709	113
Baleares ... ..	38.391	87
Guipúzcoa ... ..	8.946	19
Las Palmas ... ..	6.594	15
Santander ... ..	6.000	14
Tarragona ... ..	5.247	14
Málaga ... ..	10.902	14
Alicante ... ..	8.127	11
Barcelona ... ..	30.852	11
Madrid ... ..	27.387	11

Vemos que sólo siete de las provincias españolas da un índice superior al medio nacional, y que de ellas sólo tres ofrecen valores superiores al doble del coeficiente.

Las comparaciones internacionales que siguen pueden realizarse tan sólo con relación al turismo exterior en el análisis de la balanza de pagos turística y su comparación con la balanza general de transacciones corrientes. Los datos referentes a 1962 ponen de manifiesto la siguiente situación:

PAISES	Ingresos turísticos totales	Exportaciones de mercancías (F. O. B.)	Total de ingresos invisibles y visibles	% de entradas	Total de gastos turísticos
Alemania. ...	540	13.260	16.562	3,3	1.121
Austria... ..	354	1.260	1.867	19,0	74
U.E.B.L... ..	132	3.776	4.868	2,7	180
Canadá ... ..	524	6.382	7.810	6,7	571
Dinamarca ...	130	1.648	2.161	6,0	109
España ... ..	513	788	1.637	31,3	47
EE. UU. ... ..	921	20.479	29.790	3,1	1.905
Francia... ..	639	5.909	8.220	7,8	441
Grecia ... ..	76	243	655	11,6	22
Irlanda ... ..	128	463	793	16,1	54
Islandia ... ..	1	84	123	0,8	3
Italia ... ..	847	4.581	7.322	11,6	124
Noruega... ..	65	1.050	2.257	2,9	64
Países Bajos.	191	4.421	5.982	3,2	173
Portugal... ..	—	—	—	—	—
Reino Unido.	616	11.167	17.898	3,4	672
Suecia ... ..	76	2.927	3.749	2,0	129
Suiza ... ..	473	2.473	3.284	14,4	—
Turquía... ..	8	399	530	1,5	18

España ocupaba en 1962 el séptimo lugar, por la importancia de sus ingresos turísticos, en el conjunto de países de la O. C. D. E. y uno de los últimos lugares por el montante de sus gastos, y, en términos de ingresos porcentuales, el turismo extranjero es más importante para España que para cualquier otro país europeo, dado lo reducido de nuestra exportación.

Vemos cómo el fenómeno no es, ni con mucho, exclusivo de nuestro país, sino que tiene importancia decisiva en la economía de muchos países, más o menos desarrollados del momento actual. Si unimos esta importancia, ya actual, a las consideraciones sobre la tendencia creciente del fenómeno, hemos de convenir en lo fundado de las razones que abonan porque el mismo sea estudiado, tratado y promovido con el mismo cuidado que se dedica al crecimiento de otros sectores económicos de cualquier país.

### 3.º El Turismo dentro de la economía española.

Las cifras definitivas de 1963 sobre el turismo extranjero en España nos dan un gasto total de unos 42.000 millones de pesetas, en

tanto que el turismo interior presentó un volumen de gasto de unos 34.000 millones de pesetas. El ingreso bruto del sector turismo dentro de la economía nacional quedaría, por tanto, en unos 76.000 millones de pesetas, cifra que por sí sola da clara idea de la importancia alcanzada por tal actividad.

En términos de renta, es decir, de valor añadido neto, la aportación del turismo interior y extranjero resultó ser en 1963 de 41.000 millones de pesetas; es decir, de un 6,4 por 100 de la renta nacional, y esto sin tener en cuenta el efecto multiplicador del gasto, cuya importancia es grande, sobre todo para el turismo extranjero, ya que el gasto realizado por los no nacionales dentro de España supone un aporte neto a la economía española. Considerando sólo tal turismo, podemos afirmar que mientras la renta generada directamente por el mismo supuso el 3,5 por 100 de la renta nacional, su aportación directa e indirecta hizo aumentar su repercusión hasta el 11,6 por 100 de la misma.

La importancia del turismo nacional como factor de gasto y de generación de renta se pone casi claramente de manifiesto.

En un país como el nuestro, que no ha llegado todavía a los 400 dólares de renta "per capita" anual, el consumo interior en turismo supone ya el 3,5 de la renta nacional. Antes, pues, de que se hayan alcanzado las cifras de renta anual que representan la madurez económica del desarrollo, antes de que nuestro parque automóvil registre cifras comparables de vehículos con las de los países de gran movimiento turístico, porque el número de vehículos de turismo español por habitantes es todavía una dozava parte de Francia, una novena parte de Suiza y una quinta parte de Italia, las cifras de nuestro movimiento turístico interior va a los alcances del exterior y, aun con la gran subida que se prevé experimente este último, la previsión es de que, al final del Plan de Desarrollo, el interior iguale al extranjero en cifras de renta nacional.

Este gran impacto cuantitativo en el desarrollo de nuestra economía se matiza especialmente por el hecho de la incidencia del gasto turístico total en los distintos sectores, ya que podemos admitir que la distribución porcentual del gasto se efectúa para nuestro país en porcentajes próximos a los siguientes: alojamiento, 20 por 100; alimentación, 32 por 100; transportes, 12 por 100; uso y vestido, 30 por 100, otros gastos, 6 por 100.

Vemos a cuántos sectores afecta el fenómeno y la importancia de sus cifras en la economía de cada uno de ellos.

Pero independientemente de esta incidencia, en diversos sectores ofrece una gran importancia (aun con el grave inconveniente de la estacionalidad) el gran número de puestos laborables que representa.

En este aspecto, de acuerdo con las cifras que se han incluido en el Plan de Desarrollo para el período 1962-67, la expansión prevista de los alojamientos turísticos precisará una nueva fuerza laboral de 67.700 puestos de trabajo, de los cuales unos 5.000 deberán ser técnicos en profesiones turísticas, y unos 11.000 formados en Escuelas hoteleras. Es indudable que todo país, con una organización receptiva de turismo conveniente, necesita rápidamente cifras de importancia y concretamente la española por referirnos a ella principalmente, con sus actuales establecimientos ofrece ya una masa laboral adscrita de 100.000 personas que, por supuesto, la sitúan entre los sectores laborales principales del país.

Para el año 1964 las cifras alcanzadas van a superar las previsiones efectuadas. No hay duda de que, de acuerdo con los datos que ya conocemos de este año, sobrepasaremos los trece millones de visitantes, con cifra de ingreso próximo a los mil millones de dólares. El coeficiente de aumento va a hallarse alrededor del 28 por 100 sobre la del año anterior, y este porcentaje sobrepasa ampliamente las previsiones del Plan de Desarrollo, que lo estimaron en el 17,5 por 100.

Creo interesante reafirmar en este punto concreto del aumento superior al previsto, los factores favorables que encierra, desde el doble punto de vista económico y político. La principal ventaja de este sobreaumento de los visitantes extranjeros es la entrada de divisas, que sirve para reforzar ampliamente nuestra balanza de pagos haciendo posible una mayor importación de bienes de equipo. En el aspecto esencial del turismo como fuente principal de la financiación del desarrollo, este aumento superior al previsto es absolutamente favorable, máxime teniendo en cuenta que aquella financiación exige una importación suplementaria de capitales extranjeros, siempre dudosa, que se haría innecesaria con una mayor cuota turística.

En cuanto a la renta política que el turismo encierra, en frase del profesor Fraga Iribarne, es obvio que este aumento sobre las cifras previstas de visitantes señala, de un lado, que los que nos visitaron ya han creado fuera un clima propicio para la llegada a España de nuevos extranjeros, y que la verdad sobre la situación de nuestro país se abre camino en círculos que cada vez son más amplios precisamente en aquellos países más contrarios al reconocimiento de nuestras verdades.

#### **4.º El Turismo y la tensión de los precios.**

Alguien ha comentado, no obstante, que el mayor aumento de cualquier sector del Plan produce tensiones inflacionistas al superar unas cifras previstas, y yo, no como Director General de Promoción

del Turismo, sino como Economista profesional, disiento profundamente de esta opinión y creo atinados el lugar y la ocasión para explicar mis argumentos sobre el tema.

Las tensiones inflacionistas no se crean nunca por aumento excesivo de un solo sector planificado. La tensión inflacionista tiene fundamentos más profundos y ofrece la característica esencial de ser un proceso resonante, es decir, que se alimenta asimismo en una espiral siempre creciente. Por el contrario, lo máximo que puede ocurrir con el superdesarrollo de un sector es un parcial desajuste por exceso de demanda, cuyo aumento en los precios no tiene caracteres generales ni permanentes, sino sólo en tanto en cuanto dure el estrangulamiento de la demanda de ese sector de superdesarrollo.

En el caso del turismo, esta sobredemanda afecta principalmente, en ciertas zonas, a la construcción y a los alimentos, y ello ha motivado voces y comentarios sobre un posible peligro de esta superdemanda constructora. Hay que afirmar rotundamente que estas alarmas son totalmente infundadas cuando el exceso de demanda, que es nuestro caso, se produce en divisas, con las que es posible hacer frente, incluso a corto plazo, a cualquier tipo de estrangulamiento. Es decir, si la sobredemanda de un sector cualquiera turístico presiona excesivamente sobre la oferta, dado que el turismo se paga en divisas, es perfectamente posible movilizar, sin detrimento alguno para la economía nacional, aquellos productos que pueden resolver el estrangulamiento parcial de la oferta. O dicho en otras palabras, una sobredemanda en moneda extranjera no representa peligro ninguno de inflación ni de tan siquiera entarecimiento en determinado sector, siempre y cuando el sistema comercial exterior sea lo suficientemente ágil para importar aquellos productos de los que se resiente la oferta en razón de la superdemanda. Los grandes proyectos de construcciones turísticas que en las costas españolas avanzan en estos momentos financiadas con capital extranjero, deben ser, apoyados con todas nuestras fuerzas, saliendo al paso de una opinión errada que puede, no obstante, convertirse en una rémora para el aumento del turismo hacia España.

Merece la pena extenderse sobre este tema, no tanto por la importancia en sí de unas afirmaciones poco autorizadas, sino para abundar en razones favorables sobre algo, tan trascendente para el momento presente del desarrollo económico español, que el ponerlo parcialmente en entredicho pudiera resultar nefasto.

De la inflación existen indudablemente muchas definiciones, puesto que es un proceso en el cual cabe una serie grande de matices y diferencias, pero hay dos puntos, sobre los cuales están de acuerdo los tratadistas, que son los siguientes:

1.º No confundir la inflación con los ajustes de precios registrados en un sector particular; y

2.º No admitir la posibilidad de inflación mientras existan factores ociosos en el país, y la balanza de pagos exteriores presente signo positivo.

Vamos a analizar los dos puntos en los que se refiere al turismo.

El primero ha sido el más frecuente y claramente aludido al hablar sobre el turismo, afirmándose que el mismo es un factor coadyuvante al aumento de precios en artículos de alimentación. En todo caso, no se trataría de un fenómeno de inflación sino de estrangulamiento. ¿Hasta qué punto este estrangulamiento parcial puede ser cierto?

Este año tendremos una cifra de visitantes que sobrepasa los trece millones, pero su estancia media, a los efectos de conocer su impacto sobre la demanda, es tal que sólo puede calcularse que dará 80 millones, como máximo, de pernотaciones. Frente a los  $30 \times 365 = 10.950$  millones de estancias totales del país vemos sólo un 0,07 por 100 de extranjeros incidiendo sobre el mercado normal. La cifra es tan exigua que no merece mayor comentario. No creemos, por tanto, que esto puede producir una demanda no prevista.

Para todos los artículos de uso, vestido y manufacturados, desde zapatos a prendas de vestir, pasando por toda la gama de artesanía, la incidencia sobre el consumo del país no afecta a ningún sector esencial, ni su producción envuelve dificultades suficientes como para que un incremento de la demanda repercuta en la totalidad de la nación.

La sobredemanda en estos productos creemos no debe ofrecer dificultades. Debe aumentarse su producción dentro del país; pero, si ello no es posible, resulta bien sencillo preveer con tiempo su demanda para efectuar importaciones del exterior.

En el peor de los casos, el defecto es, pues, del sistema, que no ha previsto estas posibles importaciones en los meses de mayor demanda. Una acertada política de importaciones tiene todas las posibilidades de enjugar el pequeño aumento que, aun con su componente estacional, puede producir el turismo. Si nuestra balanza de pagos fuera secularmente deficitaria, cabría aludir a dificultades de funcionamiento, pero hoy, por motivos turísticos, no cabe en la demanda de artículos de consumo achacar al turismo el menor comportamiento positivo en un sedicente desarrollo inflacionista.

El segundo aspecto que impide, con una balanza de pagos favorable como la nuestra, la existencia de inflación, se condiciona a la existencia de factores ociosos. El turismo, en sus instalaciones receptoras, moviliza unas inversiones independientes de las ya comentadas de consumo, y que es preciso analizar.

La inversión en construcciones turísticas representa este año, según cifras del plan, 10.615,2 millones de pesetas, frente a la realización de viviendas no turísticas, por 25.691,9 millones. Pero el hecho comprobado es que, así como el sector de viviendas ha superado la previsión, la cifra de construcciones previstas para el turismo no ha alcanzado todavía las cifras del Plan. El solo hecho de haberse producido este fenómeno debiera invalidar cualquier discusión sobre el tema, toda vez que no habiendo llegado en inversiones a las cifras previstas, aunque el rendimiento de turistas entrados haya sido el 30 por 100 superior al esperado, ello no ha envuelto inversiones superiores; pero en esta defensa del turismo, como motivo inflacionista, queremos comentar el supuesto de que, aun contrariamente a la realidad, las cifras de construcción de alojamientos turísticos hubieran superado las previstas en el Plan en cantidad proporcional a la aumentada por los turistas. Pues bien; aun en este caso, afirmamos rotundamente la imposibilidad de la inflación, por el hecho de existir en la nación factores ociosos cuya situación, en relación con el turismo, comentaremos uno por uno:

a) Factor tierra: Por supuesto que la demanda de tierra para construcciones turísticas excede con mucho a la oferta de la misma.

Si nos centramos en las costas, puede calcularse que existe en las mismas, actualmente, una oferta potencial de unas 100.000 hectáreas, frente a una demanda efectiva que no llega a 1.500 por año. Es decir, a lo largo del desarrollo del Plan, solamente se habrá adquirido un 6 por 100 de los terrenos que se ofrecen para venta en la costa. Si pasamos a terrenos turísticos del interior, el coeficiente disminuye a cifras irrisorias.

Es indudable que hay especuladores de terrenos, pero esos aumentos de precio, aun totalmente injustos y manifiestamente antisociales, no están motivados por un enrarecimiento del factor tierra. Están basados en decisiones psicológicas, a las que el turismo en sí es totalmente ajeno. Que estas especulaciones dañan a la economía nacional somos los primeros en admitirlo y en deplorar que no exista en nuestro país una política más dura contra los especuladores de los terrenos turísticos y que no se arbitren soluciones de tipo social que evitaren drásticamente toda especulación. Pero ello es una medida política cuya discusión no nos compete; lo que es indudable es que el encarecimiento de la tierra no se debe a una sobredemanda turística, y en este aspecto, pues, no puede actuar aquélla como factor de encarecimiento.

b) El factor trabajo: Este segundo factor, en lo que se refiere al turismo, tiene una importancia sólo relativa. En cuanto a la inversión en instalaciones, cabe decir de esta demanda lo que ya hemos dicho en el apartado anterior sobre el total de la construcción, se calcula el que únicamente se consigna alcanzar el 80 por 100 de las

47.000 plazas, en que el Plan de Desarrollo cifraba el aumento de la capacidad hotelera durante el presente año, y, en consecuencia, el incremento de puestos de trabajo sólo será de unos 10.500, frente a los 13.200 previstos.

Si recordamos que la cifra de trabajadores emigrantes se estima este año en unos 124.000, y vemos que, aun en los momentos actuales, se promueve esta emigración para combatir el paro producido por malas cosechas, principalmente en las regiones que por su clima son precisamente más turísticas, difícilmente podemos comprender que pueda aludirse a inflación en la demanda incidente sobre el factor trabajo, por tratarse de un mercado con excedentes exportables, que es lo que representa toda la mano de obra que en este momento emigra a Europa. Que, no obstante esto, los jornales en la construcción y los salarios en las profesiones turísticas han subido es algo que está fuera de duda. ¡En menguado plan de desarrollo estaría embarcado el país si no lográramos precisamente aumento de las rentas de las clases económicamente más débiles!

El que estas clases, tras padecer secularmente una injusta distribución de la renta del país, tengan rentas más altas no debe servir de alarma porque es objetivo del propio Plan. Y, en todo caso, no puede achacarse al sector turístico (que se orienta además a profesiones especializadas en las que el aumento de los salarios no produce por ello enrarecimiento genérico en la oferta del factor trabajo) es el aumento excesivo de salarios fuera de una pequeña parcela laboral que si ofrece por ello una mayor propensión al consumo de unos bienes es de aplicación para ella cuanto hemos dicho en el apartado a) de este análisis.

Se trata siempre de una estrategia de producción interior o de importaciones sobre cantidades que deben ser conocidas y que el propio turismo financia ampliamente.

c) En cuanto al factor capital, nadie podrá sostener con seriedad que, en este aspecto, una sobredemanda turística puede producir inflación. No hay quizá inversión en el país en la que los rendimientos en divisas sean más claros que en el sector turismo ni con una relación capital-producto en divisas más conveniente. En el caso de que determinadas inversiones produjeran estrangulamientos parciales del tipo a que nos hemos referido en el apartado a) en manos de las Autoridades comerciales está el evitarlo. La Ley de Centros y Zonas hace una alusión al tema, dando facilidades a los constructores acogidos a ella para importar materiales del exterior, pero por supuesto que la estrategia económica nacional no precisa recurrir a la Ley para permitir o promover importaciones en aquellos particulares sectores que puedan considerarse afectados por una mayor demanda de bienes de equipo.

Y pasamos finalmente al último de los puntos aludidos, que es el saldo constante favorable de nuestra balanza exterior. Que ello se debe hoy al turismo está fuera de toda duda, puesto que nuestra balanza comercial ha mantenido secularmente, y aún no se ha liberado de él, un déficit crónico peligroso. Es obvio, por tanto, insistir en que son las importaciones invisibles y de ellas esencialmente el turismo las que están produciendo el saldo favorable.

Es fácil comprender también que esta liquidez en medios de pago extranjeros nos inserta dentro un mercado de bienes (el exterior) que, a efectos de nuestras necesidades, puede considerarse ilimitado. Si gracias al turismo no tenemos dificultades en importar aquellos que consideramos necesario para nuestro desarrollo, impútese al turismo justo lo contrario que una componente inflacionista en el desarrollo del plan, porque precisamente el turismo es el que sólo puede hacer hoy posible el logro equilibrado y sin inflacionismo de nuestra expansión.

El turismo es la única variable del modelo español que puede hacer frente, por las divisas producidas, de un lado a las importaciones tácticas que se consideran necesarias para evitar estrangulamientos parciales, y, de otro, a la estrategia de inversión en las industrias productoras que necesita el país para hacer frente a la mayor demanda de consumo que implica el Plan por la propia definición del desarrollo.

Un plan de desarrollo con balanza de pagos favorable tiene de entrada asegurado el éxito, mientras que puede afirmarse rotundamente que en el caso contrario las dificultades a la expansión no solamente son graves, sino que, por fuerza, para lograrla han de hacer del país un feudatario financiero, por largos años, del exterior. Es el círculo de la pobreza que nuestro país ha roto ya gracias al turismo.

El caso de España, a estos efectos, es bien claro, y el éxito de su expansión radica única y exclusivamente en una política de desarrollo que tiene hoy a su favor la inmensa ventaja de contar con recursos exteriores a utilizar con amplitud y agilidad en todo cuanto sea necesario, orientando naturalmente esto, en lo que a estrategia se refiere, a crear una industria autóctona lo suficientemente fuerte para hacer frente a una demanda creciente futura.

Creemos que este comentario no necesita mayor glosa, pero si se quiere recurrir a un hecho experimental tengamos en cuenta el caso de Italia que, de una forma bastante parecida a la nuestra actual, comenzó hace quince años un desarrollo espectacular de su industria que le ha llevado en la actualidad a situarse entre las potencias económicas europeas. La financiación se hizo de una manera muy principal con los saldos de turismo y con una política que supo

realizar esa transformación estructural interna basándose particularmente en la facilidad de capitalización exterior.

Este es justamente el caso de España. Evitemos, por tanto, adjetivar ligera e injustamente nuestro motor principal de desarrollo, que es, por hoy, el turismo, antes al contrario forcémoslo al máximo de desarrollo total basado en el florecimiento de este sector para con todos nuestros medios y, paralelamente, llevemos una política que, aun en el caso improbable y contrario a mi íntimo convencimiento de que por causas imprevistas pudiera sufrir una amenaza en el futuro, hubiera servido en estos años billantes para realizar la transformación que nuestro país apremiantemente exige.

JUAN DE ARESPACOHAGA Y FELIPE  
Director General de Promoción del Turismo