

HIPOTESIS SOBRE EL FENOMENO TURISTICO

Por

Juan de Arespachaga y Felipe

1.—El turismo masivo, fenómeno social más característico del siglo XX.

Entre los muchos cambios que a la civilización occidental ha aportado el siglo XX, nos atrevemos a asegurar que el fenómeno del turismo pasará a la historia como uno de los más característicos de los acaecidos en este período.

Nos referimos a la civilización occidental, porque indudablemente otras civilizaciones, sometidas a su "tempo" particular, han permanecido totalmente ajenas a este proceso económico y social que culmina en los movimientos de masas que caracterizan hoy el fenómeno turístico.

Indudablemente, el turismo es pura manifestación externa de dos esquemas, uno económico y otro social, que confluyen en el mismo proceso para formalizar el fenómeno. Conviene unos momentos de meditación sobre cada una de estas dos componentes.

Dentro del esquema económico general, el fenómeno turístico se produce como etapa final de un tenso proceso de desarrollo que permite, a grandes masas del mundo occidental, ahorrar anualmente, de los gastos destinados al consumo, unas determinadas cantidades para destinarlas periódicamente al puro lujo de pagarse unos días de ocio en puntos alejados, por lo general, de sus lugares de residencia. Así, sobre la base económica de un excedente de renta se articula el deseo de abandonar, provisional y periódicamente, el lugar de existencia habitual.

Pues bien, puede decirse que el siglo XX ha supuesto para los países occidentales librarse definitivamente de unas cifras de pobreza. Las rentas "per capita" de las principales naciones de Europa a principios de siglo eran más bajas de las que hoy corresponden a países que se reputan como muy retrasados en el proceso de expansión. Todo el proceso industrial, que se ha desarrollado con el siglo, desemboca

a lo largo de la segunda mitad del mismo en la creación de unas economías individuales que, cada vez en mayor medida, son capaces de dedicar cantidades anuales al lujo superfluo de disfrutar vacaciones caras y realizar viajes costosos, placer que hasta hace poco estuvo reservado solamente a una élite mínima pero económicamente poderosa.

Volveremos más adelante sobre el tema, en el intento de formular matemáticamente la posible correlación existente entre la renta nacional de un país y las cantidades que sus habitantes dedican al turismo, pero quede ya aquí constancia de que la existencia de éste viene configurada por premisas evidentemente económicas.

La cifra de 500 dólares de renta "per capita" puede tomarse como índice de la aparición de este fenómeno migratorio del turismo en masa. Salvando las diferencias de un país a otro, en cuanto a la curva de distribución de esta renta entre sus habitantes, puede decirse que esta cifra de los 500 dólares es la que señala las posibilidades del país en cuestión para la aparición en él, con caracteres definitivos, del fenómeno turístico. Pero junto al perfil puramente económico que posibilita el aspecto práctico de la financiación del fenómeno, coexiste otro aspecto social, paralelo al primero y que sirve también para cuantificarlo especialmente.

El afán de viajar representa en el individuo el logro de una madurez social de carácter esencialmente cultural. El hecho de viajar y salir fuera del país en el que cotidianamente se vive, se articula sobre una capacidad individual a la que no cohibe el abandono del medio familiar para entrar en otros ambientes que forzosamente le son, al menos en primera instancia, formalmente hostiles.

El hecho de dejar los propios círculos representa comúnmente para el individuo la voluntaria renuncia a facilidades sobre las que, por usuales, carece de conciencia, pero cuyo abandono le supone el encuentro de indudables dificultades, desde el distinto idioma a las costumbres extrañas y leyes diferentes. Forzosamente se requiere una elevada dosis de madurez individual para enfrentarse voluntariamente con las dificultades que el abandono provisional de los medios usuales comporta.

Así, el turismo, en los primeros años del siglo, no solamente estuvo vedado, por razones económicas, a las grandes masas de los países occidentales, sino que, además, aunque momentáneamente estas masas hubieran podido disponer del dinero para viajar, no se hubieran sentido atraídas a ello por la razón principal de esta falta de seguridad en ellas mismas, como muestra de la falta de madurez individual que ha sido alcanzada luego por nuestra civilización.

El fenómeno turístico estriba, pues, "prima facie", en dos procesos: de maduración económica uno y maduración social otro, que, correlacionados entre sí o no, configuran la persona, desde el punto de vista de su poder económico y de su capacidad personal, para vivir y resolver problemas de subsistencia fuera del país de origen.

Si analizamos cuáles fenómenos a lo largo del siglo participan con tanta nitidez de esta doble vertiente económica y cultural, veremos que difícilmente cabe encontrar algo que, de forma tan inmediata y tan masiva, defina a esta humanidad de la segunda mitad del siglo XX como el designio que lleva a abandonar su propio país a millones de habitantes que desean conocer nuevas costumbres y nuevos climas.

Desde un punto de vista humano nada quizá tan espectacular como estos éxodos estacionales que saturan unos países y dejan abandonados otros en cifras que resultan verdaderamente impresionantes. Hay capitales europeas en que el éxodo llega a representar el 75 por 100 de su población activa, cerrándose sus fábricas y sus oficinas durante la época vacacional, y poblaciones —como muchas de la costa levantina española— en las que se triplica su población de hecho en razón de la afluencia de turistas interiores y extranjeros.

AÑO 1962

PAISES	Total turistas salidos	Habitantes	Porcentaje
Alemania	13.997.854	53.373.000	26
Austria	2.171.757	7.049.000	31
Dinamarca	1.281.927	5.719.000	22
Francia	9.043.449	45.540.000	20
Grecia	351.377	8.258.000	4
Irlanda	116.976	2.834.000	4
Italia	1.940.728	49.368.000	4
Países Bajos	3.119.122	11.480.000	27
Reino Unido	5.211.757	51.985.000	10
Suecia	1.102.609	7.480.000	15

El número de turistas que ha abandonado Austria en el año 63 puede estimarse en tres millones, para una población de unos siete millones y medio; quiere decirse, pues, que el 33 por 100 de sus habitantes ha dejado el país durante determinada época del año; y, junto a ello, en Italia, el número de turistas totales ha llegado también prácticamente al tercio de su población normal, es decir, por cada tres habitantes se ha registrado un visitante extranjero.

... Mirados desde fuera estos movimientos, que aparecen en masa en la época estival, aunque de hecho se mantienen a lo largo de todo el año con tendencia a un incremento relativo —mayor precisamente en los meses invernales, que ahora son bajos— aparecen como un movimiento humano del que no existen precedentes en la historia. Obvio es señalar que las grandes invasiones, los fuertes movimientos migratorios, las grandes operaciones militares, no representaron nunca más que una mínima parte de estos movimientos de masas que se extienden hoy periódicamente por buena parte del planeta. Obvio resulta también que todo el movimiento de personas motivado por el tráfico comercial representa una parte mínima del tráfico debido al turismo.

La colonización romana de casi toda Europa y parte de Asia, la musulmana del norte de Africa y sur de nuestro continente, el movimiento de los bárbaros en el siglo V, la empresa española y portuguesa en América, todas ellas se llevaron a cabo con movimientos migratorios totales varias veces inferiores al movimiento estival de los turistas. El transporte de masas de los ejércitos cartagineses, de Alejandro, de Napoleón o de las guerras recientes, son cifras insignificantes frente a las de la invasión anual de cualquier país con atractivos turísticos. Pero, en su puro aspecto social, el fenómeno del turismo de masa ofrece también caracteres de enorme importancia dentro de la civilización occidental.

Toda la preocupación social que matiza, de manera bien peculiar, nuestra cultura, responde a la tendencia de la igualación de los hombres en lo que se refiere a sus derechos. Indudablemente, este estilo de nuestra civilización obedece a la luminosa impronta del cristianismo y ha configurado toda la evolución filosófica y política de nuestra cultura, con ensayos más o menos fructuosos, pero que de hecho representan todo el deseo del mundo a que pertenecemos, del mundo occidental, para hacer que sean cada vez más iguales en sus posibilidades materiales los hombres del planeta.

En esta línea es indudable que, en los momentos actuales de gran desarrollo económico, se delimitan en las clases más poderosas económicamente unos derechos potenciales, de acuerdo con el capital de que disfrutan, en proporciones de las cuales quizá no existen precedentes en la historia, pero junto a ella se hallan ya prácticamente saturados, para grandes sectores de la sociedad, lo que pudiéramos denominar necesidades imprescindibles. Se obtiene así, desde el punto de vista económico, una especie de proletarización de ciertos usos y gastos suntuarios que hasta hace no muchos años estaban reservados solamente para una minoría.

Así, no obstante el poder de concentración del capitalismo, las masas de los países desarrollados han ido conquistando cada día baluar-

tes más avanzados de igualdad, hasta alcanzar, en años recientes, una igualdad ante el ocio, cuya última meta tiene su representación quizá más clara en los gastos de turismo, porque representa el consumo de aquello que para el hombre —que se enfrenta al trabajo como una obligación que le alcanza hasta su propia extinción— resulta más preciado: el descanso.

Este ocio o descanso, al establecerse de una manera continuada, se concreta en la mayor parte de los casos en un deseo de viajar, en un deseo de establecer, siquiera momentáneamente, la vida en otras latitudes que aquellas que resultan más comúnmente familiares. El hecho, pues, de realizar turismo representa, probablemente, uno de los objetivos que más claramente se sitúan entre aquellos que la humanidad puede calificar de puro placer o de actividad específicamente consuntiva y más típicamente representativos de que los niveles de renta han superado las necesidades de la pura subsistencia.

En este sentido, el que los países lleguen a niveles de grandes consumos turísticos representa que para su población se han dejado atrás las simples necesidades biológicas y que se ha desembocado en una actividad en la cual, tanto los habitantes de alto nivel de renta como los de nivel más escaso, tienen parecidas posibilidades. Es indudable, por otra parte, que de todos los consumos superfluos que puede realizar la humanidad, este de viajar y de estar unos días alejado de sus lugares de estancia habitual es el que tiene más características comunes. Porque de un lado el transporte y de otro la habitación, ambos consumos establecen muy pocas diferencias entre el nivel de vida de los consumidores. Es indudable que viajar en un avión de clase turística o en primera ofrece unas ventajas diferenciales que, comparadas con el propio hecho del transporte, resultan mínimas, y es indudable también que la estancia en un hotel de lujo o la estancia en un hotel de tercera comporta también en el campo turístico pequeñas diferencias, porque de hecho el turismo es un contacto con la naturaleza y la estancia en el hotel, más que ser en sí el objetivo del turismo, resulta simple necesidad de vivir en el lugar a donde se llega.

Que esto es así, está claro, por el hecho de que los albergues de montaña de aquellos que se dedican a hacer montañismo están muy por bajo de las posibilidades y aun de las exigencias que, en función de su nivel económico, pudieran pedir los que practican este deporte, y la estancia en poblados de vacaciones, la estancia en campings o en caravanas representa también la sumisión voluntaria a un nivel, en cuanto a la estancia y al alojamiento, por bajo de lo que pudiera ser normal en su nivel de renta anual aquellos que practican este tipo de vacaciones.

El turismo, como toma de contacto con la naturaleza, tiene mucha más exigencia de aquello que se le proporciona de una manera gratuita (el sol, la nieve, el mar, el aire) que de aquello que puedan ofrecerle los hombres con una infraestructura que, por pagarse, puede ser de mayor o menor lujo.

No existe duda de que en los países fríos, muy adelantados económicamente, se pueden ofrecer, en cuanto a hoteles y distracciones de alto precio, posibilidades mayores de competencia turística y, no obstante, no pueden ni tan siquiera igualar su atracción a la de aquellos otros países que, con estructuras de turismo más modestas, pueden, sin embargo, ofrecerles sol, agua, monumentos y bellos paisajes.

Viene a ser así el consumo turístico un consumo eminentemente igualitario, porque el puro vestir, la realización de los deportes, todo lo que representa como actividad la práctica del turismo, tiende a que las clases de distintas situaciones económicas estén prácticamente confundidas, y es difícil conocer en estas manifestaciones cuál es el nivel económico de cada una. Ello es excepción entre otras actividades humanas en las que el aspecto económico, el coste de la manifestación, establece siempre unas claras diferencias de coste.

Por otro lado, el turismo representa un aumento de cultura y una adquisición de madurez, que tiene también un claro carácter igualitario. El hecho de que el viajar era antes una posibilidad reservada sólo a clases muy pudientes, representaba en el ámbito cultural una concentración de posibilidades; se podía decir que existía el complejo del que no conocía más que su propia región, a veces incluso únicamente su propio poblado, frente a la madurez de aquellos que conocían otras tierras, otras personas y otras costumbres. Pues bien, la gran masa que todos los años vuelve ahora a su lugar de estancia habitual, después de haber visto otras regiones, otros hombres y otros lugares de atracción que antes formaban un mundo aparte, representa borrar culturales diferencias importantes. En los momentos actuales viajar, conocer mundo, no es patrimonio de unos pocos, y no imprime por ello a unas minorías carácter especial de elegidos. El conocer otras geografías es ya un patrimonio de la masa, y ello equivale a que también en este aspecto cultural el paso social que representa el turismo sea de primera magnitud.

Y existe, finalmente, otro aspecto importante más en el puro hecho de mezclarse, en unos mismos gustos, en unas mismas actitudes frente a la naturaleza y en unos mismos modos de entender los momentos de ocio, personas de muy distinta procedencia, promoviéndose en ellas una comunidad de reacciones y respuestas frente al medio que les rodea.

Es perfectamente normal ver en los viajes de grupo, categorías sociales, culturales y económicas muy distintas que se mezclan, y aún sacan ventajas mutuas del contacto accidental.

Deviene así el turismo en una fórmula genuina de convivencia, de práctica activa de perfecta convivencia, de armónica convivencia entre los humanos. Es también uno de los aspectos que, desde el punto de vista de lo social, tiene en el fenómeno turístico de masas una manifestación más clara, por cuanto va educando a aquellos que practican el turismo en fórmulas de coexistencia. Ello se produce, primero, por el hecho de que la época de las vacaciones es una época normalmente optimista, en la cual el que lo practica se siente evadido de cotidianas dificultades, cansancios y fatigas. Es entonces cuando su posibilidad de convivencia tiene una generosidad mayor que la que ofrece su vida cotidiana, y el hecho de que sea precisamente en estos momentos cuando convive con gentes que le son absolutamente extrañas, fuerza en él una serie de experiencias que han de irle educando de una manera clara en el hecho de que la coexistencia con los humanos, más que una imposición a veces desagradable, es un fenómeno interesante y grato del cual se puede sacar indudable provecho desde el punto de vista espiritual.

Esta convivencia, no con gentes de la propia nación, no con gentes del propio nivel cultural, no con gentes de las mismas ideologías religiosas, no con gentes con los mismos prejuicios raciales o políticos, sino con masas enteras que a primera vista pueden parecer hostiles, pero que por el mero hecho de pasar en común estos períodos de vacaciones se sienten íntimamente unidas en las mismas inquietudes, en los mismos juegos, en las mismas distracciones y en los mismos deseos de divertimento y distracción, es quizá la forma más rápida y eficaz de practicar el respeto social.

Aunque la regla tiene también sus excepciones, podemos concluir que el turismo es, de todos los fenómenos económicos actuales, aquel que tiene unos caracteres más análogos para una mayor cantidad de gente, y por ello resulta el más apto para educar y marcar la impronta de una convivencia de la humanidad, como forma más clara de alcanzar una meta de superior perfeccionamiento social.

2.—La renta turística y su importancia en relación con la economía nacional.

La complejidad del fenómeno turístico hace sumamente difícil su evaluación cuantitativa. El primer problema que surge en toda investigación relacionada con esta materia es la falta de una definición aceptada por todos que permita establecer los límites del sector turis-

mo con la misma claridad con que ya se hallan delimitados hoy en día la mayor parte de los restantes sectores económicos.

La definición ya clásica que identifica al turista "como forastero que se desplaza temporalmente fuera de su residencia habitual por motivos no relacionados de modo inmediato con una actividad retribuida" es aceptable cualitativamente, pero, al estar basada en la "intención", constituye muy débil base objetiva para la medición estadística del fenómeno turístico y su consiguiente valoración económica.

El problema se complica porque, si bien para el turismo extranjero todo desplazamiento de personas fuera del país de origen que no sea por motivos de trabajo (migración) puede considerarse como turístico, los desplazamientos de los nacionales dentro de su propio país no admiten tan claramente esta adscripción conceptual.

En un sentido amplio podría aceptarse que el turista se caracteriza, desde el punto de vista económico, por realizar un gasto de renta en lugar distinto de aquel en que aquélla tuvo su origen. Como fácilmente se comprende, este postulado conduce a considerar como turismo la casi totalidad de los desplazamientos temporales dentro del país y aun la residencia de los rentistas en lugares distintos de aquel en que se aumenta su capital productivo.

En tanto en cuanto las investigaciones econométricas sobre el turismo no se hallen más desarrolladas, quedará un amplio campo de variación opinable sobre lo que debe considerarse como turismo interior, que habrá de estar sujeto a estimaciones en las que seguirá teniendo importancia el concepto de intencionalidad.

Los estudios realizados últimamente por el Ministerio de Información y Turismo sobre tan importante tema han tenido en cuenta dicho aspecto intencional en lo que respecta al turismo interior. Su base —a falta de encuestas más directas como las actualmente en curso sobre cuentas familiares— ha sido la explotación de los datos deducidos de las encuestas de origen y destino realizadas por el Ministerio de Obras Públicas para el tráfico por carretera, a efectos de evaluar aproximativamente la importancia del turismo interior.

En definitiva, para 1963 el turismo extranjero en España realizó un gasto total de unos 42.000 millones de pesetas, en tanto que el turismo interior representó 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 claramente de manifiesto.

En un país como el nuestro, que no ha llegado todavía a los 400 dólares de renta 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 habitante es todavía una dozava parte de Francia, una novena parte de Suiza, 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.

No cabe duda del interés que ofrecería 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	Total de camas de hotel (sin medios de alojamiento complementario)	Camas de hotel por 1.000 habitantes (coeficiente de densidad turística)
Austria	322.697	46
Bélgica	111.679	12
Canadá	260.658	14
Dinamarca	47.700	10
España	331.061	12
Estados Unidos de América	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 mitad de la francesa, aunque de mucha más calidad que ella, y un 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:

PROVINCIA	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 dan 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. Podemos establecer en primer lugar la importancia del mismo en término de ingresos o gastos por habitante, bien en valor absoluto o comparativamente al nivel de renta de cada país. Dichos datos son los que figuran a continuación:

PAÍS O TERRITORIO	Ingresos turísticos por habitante	Gastos turísticos por habitante	Ingreso nacional por habitante
	(\$ EE. UU.)	(\$ EE. UU.)	(\$ EE. UU.)
Estados Unidos de América	5,40	9,70	2.367
Suecia	15,70	14,50	1.601
Canadá	26,40	35,20	1.487
Suiza	63,10	24,30	1.468
Nueva Zelanda	4,60	17,30	1.355
Australia	3,00	3,90	1.239
Luxemburgo	95,30	—	1.155
Dinamarca	25,80	19,40	1.152
Reino Unido	10,90	12,10	1.145
Noruega	19,30	21,40	1.120
República Federal Alemana... ..	9,40	16,60	1.113
Países Bajos	16,60	16,20	1.039
Bélgica	8,10	—	1.039
Islandia	5,50	19,40	937
Irlanda	46,40	16,30	725
Austria	39,00	8,50	699
Italia	15,00	2,10	543
Grecia	8,10	2,30	364
Méjico	19,20	0,80	288
España (1)	21,80	2,00	343
República de Filipinas	0,40	—	209
Turquía	0,25	0,20	185
Jordania	5,50	3,70	155

(1) Datos para España de 1963.

En términos de turismo receptivo, y dejando a un lado pequeñas naciones como Luxemburgo o Irlanda, cuyo dato se distorsiona por la poca cifra de sus habitantes, los primeros lugares son ocupados por Suiza, Dinamarca y Austria en Europa. Nuestra situación en 1963 está ya próxima a los 22 dólares por habitante, y es todavía superada en nuestro continente por estos dos países, y en América por Méjico, lo que da idea de la importancia mundial del fenómeno.

En cuanto a la concentración del fenómeno en lugares determinados de marcada atracción turística, tenemos las Bermudas, con 850 dólares de ingreso por habitante; San Marino, con 167, y el Estado de la Florida, con 350. Comparaciones con provincias españolas nos sitúan como las más avanzadas, 300 Gerona, 170 Baleares, 80 Canarias y 100 Málaga.

La segunda comparación se centra en el análisis de la balanza de pagos turística y su comparación con la balanza general o 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 ingre- sos invisibles y visibles	% de estrados	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	5.090	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	857	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	192
Turquía	8	399	530	1,5	18

PAISES	Importaciones de mercancías (F. O. B.)	Total de gastos invisibles y visibles	% de estrados	Saldo de la balanza de transacciones corrientes
Alemania	11.543	16.150	6,9	+ 412
Australia	1.455	1.803	4,1	+ 64
U. E. B. L.	3.776	4.796	3,8	+ 72
Canadá	5.954	8.574	6,7	— 764
Dinamarca	2.020	2.408	4,5	— 247
España	1.494	1.710	2,7	— 73
Estados Unidos	16.145	25.455	7,5	+4.335
Francia	5.394	7.301	6,0	+ 919
Grecia	690 (c)	771	2,0	— 116
Irlanda	744 (c)	861	6,3	68
Islandia	84	116	2,6	+ 7
Italia	5.459	7.021	1,8	+ 301
Noruega	1.781	2.478	2,6	— 221
Países Bajos	4.680	5.792	3,0	+ 190
Portugal... ..	—	—	—	—
Reino Unido	11.366	17.380	3,9	+ 518
Suecia	3.116	3.757	3,4	+ 254
Suiza	3.196	3.807	5,1	— 523
Turquía	567	763	2,4	— 233

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.

El análisis más detenido correspondiente a la situación española nos da que durante el período comprendido entre los años 1960 y 1963, de las cifras que ofrece la Balanza de Pagos, destaca la importancia relativa del turismo en relación con todo el comercio exterior de mercancías efectuado, de tal forma que, en lo que se refiere a nuestro país, lo sitúa, sin duda, en la rúbrica más importante de los conceptos positivos de nuestro saldo exterior.

AÑOS	1960	1961	1962	(a) 1963
(1) Ingresos turísticos ...	296,50	384,63	512,65	678,10
(2) Gastos turísticos... ..	50,04	54,12	46,82	66,52
(3) Saldo	+246,46	+330,51	+465,83	+636,60
% de (1) respecto a (4).	40	50	65	88
(5) Importaciones... ..	688,11	1.037,90	1.090,23	1.781,15
% de (1) respecto a (5).	43	37	34	38
(6) Saldo de la Balanza Comercial... ..	+57,06	-278,71	-701,89	-1.010,70
% de (3) respecto a (6).	433	115	66	63

(a) Cifras provisionales.

Observando el cuadro adjunto vemos que las cifras relativas a ingresos turísticos se incrementan progresivamente, lo que no ocurre con las exportaciones, que si bien aumentan durante los tres primeros años lo hacen con incremento relativo mucho menor, para terminar en 1963 con un descenso en su monto con relación al año anterior.

El cuadro que nos refleja la rúbrica de las importaciones es consecuencia lógica de la política de liberalización del comercio exterior iniciada en el 1959 y acusada más intensamente en los tres últimos años, debido a la fase preparatoria del Plan de Desarrollo Económico Social. Ejemplo harto elocuente es que las importaciones corres-

pondientes al 1963 son casi tres veces superiores a las realizadas en 1960.

El porcentaje de los ingresos turísticos sobre las exportaciones corrientes nos reflejan unas cantidades crecientes que oscilan desde el 40 por 100 para 1960 hasta el 88 por 100 para 1963, lo que nos indica claramente que el sector turístico ha entrado con tanta fuerza en la Economía española que palia el resto de los sectores económicos considerados individualmente y promete la inmediata superación, quizá en este mismo año, del conjunto de los demás sectores económicos en su relación con el extranjero.

Al considerar las importaciones no hay que olvidar las consideraciones expuestas anteriormente y, sobre esta base, los porcentajes de ingresos turísticos en relación con las importaciones nos determinan las cifras del 43, 37, 34 y 38 por 100 para el período de 1960-63, respectivamente considerados. Esto nos indica que, con haber sido las importaciones crecientes en alto grado, los ingresos procedentes de la industria turística han venido a financiar una medida para los cuatro años, considerados del 38 por 100 en el capítulo de relación de nuestra Economía con el exterior.

Como final, las expectativas del saldo equilibrado de nuestra balanza de pagos a lo largo de los cuatro años del Plan de Desarrollo, condición inexcusable de su superación por el hecho de que sirve de factor principal a la capitalización exterior, nos da los siguientes valores en miles de millones de pesetas:

AÑOS	Valor importaciones totales	Saldo balanza comercial	Previsión ingreso turismo	Previsión importación capitales
1964	— 126,7	— 74,8	46,6	16,8
1965	— 137,2	— 81,8	51,7	19,7
1966	— 149,3	— 88,3	57,4	21,6
1967	— 162,5	— 95,4	63,7	23,2

Sirvan los anteriores comentarios para situar la importancia económica del sector turismo en nuestro desarrollo y, como el nuestro, en los diversos países del globo, lo que debe llevarnos a profundizar las características del fenómeno y precisar su análisis en cuantía global y en composición.

3.—La cuantificación económica del proceso turístico.

Los gastos en turismo, al igual que los de cualquier otro consumo de bienes superiores, ofrecen un carácter elástico con relación a los niveles de renta. Bien es verdad que la ley de sustitución enfrenta al turismo con objetos costosos de uso duradero, tales como equipos domésticos modernos, pieles, casa propia, coche, etc., pero para muchos de estos gastos, más o menos ostentosos, el turismo, al menos en un sentido amplio, dentro del mundo occidental, ofrece caracteres de complementariedad, dado el elevado nivel de renta de éste.

En términos macroeconómicos se acusa también claramente la influencia de la democratización del turismo y la aparición del turismo social y colectivo que ocasiona una importante ampliación de la demanda, lo que confirma en este aspecto lo comentado anteriormente sobre estos aspectos masivos del fenómeno.

Pocas son las investigaciones econométricas realizadas sobre este aspecto concreto del consumo turístico. Debemos, ante todo, citar al economista Menges, quizá el primero en profundizar dicho tema, estableciendo las funciones de consumo turístico para Alemania y Suiza a partir de 1924 a 1929, respectivamente.

Sin perjuicio de volver más adelante sobre los resultados de dichos estudios y ampliar con datos más recientes y aún inéditos este extremo, parece importante señalar en primer lugar la existencia en este primer estudio de la fuerte correlación positiva entre el nivel de renta y el nivel de gastos turísticos, si bien el nivel de estos gastos resulta muy influenciado por las características de cada país, en especial su extensión, la climatología de sus distintas regiones y su situación geográfica.

Así se comprende que los gastos unitarios en turismo extranjero de los norteamericanos no lleguen a 10 dólares por habitante, inferior a la de los países desarrollados de Europa occidental. Lo reducido de la cifra, que aún sufre de vez en cuando las campañas del clásico espíritu proteccionista de la Administración americana, se debe a la gran extensión del país y a su situación geográfica. En estos países la densidad turística es enormemente mayor por el enorme peso de su turismo interior.

El profesor Baade, en estudio realizado en 1962, señala la relación entre la evolución de la renta nacional alemana al coste de los factores (Y_f) y los gastos totales del turismo alemán en cuatro países

mediterráneos de recepción turística clásica (Italia, España, Grecia y Turquía).

Los resultados se resumen en el cuadro siguiente:

A Ñ O	Miles de millones de renta DM.	Millones de marcos gastados
1953	110,6	112,96
1954	119,7	154,97
1955	137,5	200,86
1956	152,1	246,12
1957	165,8	293,04
1958	177,5	435,86
1959	192,2	464,66
1960	220,2	589,18
1961	240,8	804,06

Sus estudios ponen de manifiesto:

1.º La gran correlación entre renta y gasto turístico, que se eleva al coeficiente 0,89.

2.º El importante valor de la elasticidad de la renta al consumo en turismo, que hace que en los años estudiados a un crecimiento de una unidad se haya aumentado en 2,41 el gasto en turismo.

En el estudio realizado para España, publicado en el número de noviembre de la revista "Información Comercial Española", sobre el gasto medio en dólares dentro de España de los turistas extranjeros se llegaba a las siguientes conclusiones:

PAISES	1960	1961	1962
Alemania	40,0	67,0	72,2
Francia	19,9	26,7	27,6
Inglaterra	65,8	108,3	124,3
Italia	30,5	41,0	42,4
Portugal	10,3	17,4	14,0
Benelux	77,8	53,3	59,0
Países Escandinavos	76,2	122,4	87,1
Otros países europeos	6,5	76,6	24,1
América del Norte	456,3	359,0	437,7
América del Sur y Centro	439,6	513,3	509,8
Otros continentes	36,1	46,5	30,3

Tales cifras son tan sólo meramente aproximativas; pero, sin embargo, su comparación con los respectivos niveles de renta nacionales permite contrastar la existencia de una correlación positiva influida por razones de proximidad geográfica que marcan excepciones generéricas para Francia, a la que su proximidad incorpora grandes masas turísticas de menor nivel de gasto, o América, en que su lejanía restringe a clases de gran poder de gasto su visita a España.

No es posible deducir, pues, una función unívoca a partir de los gastos por turismo en España independientemente de los factores de proximidad geográfica que introducen diferencias sustanciales, y hemos de limitarnos, por tanto, a comprobar el mayor o menor gasto unitario de quienes nos visitan.

Tiene, sin embargo, profundo interés el conocimiento de la función de consumo turístico en el aspecto de una segunda variable con relación al tiempo. Las investigaciones de Menges establecieron que siendo $C = Y + b^m$ dicha función, el valor de m , siendo Y la renta nacional, adoptó los siguientes valores:

ALEMANIA		SUIZA	
1924 a 1932	0,137	1929 a 1938	0,0243
1933 a 1938	0,086	1939 a 1945	0,0997
1949 a 1957	0,118	1956 a 1959	0,0396

Con ello, en términos de porcentajes del producto social neto a precios de mercado, el consumo turístico para Alemania alcanzó las siguientes cifras relativas:

	%
1924 a 1932	7,3
1933 a 1938	5,3
1924 a 1938	6,5
1949 a 1957	6,2
1924 a 1959	6,3

Más recientes y completas resultan las investigaciones sobre el tema del profesor G. Labeau, circunscrito al análisis del problema en Bélgica, pero acometiéndolo con rigor econométrico no usual hasta ahora. Como uno de los factores decisivos en mayor grado para producir turismo, considera la renta percibida por el posible turista y la analiza en una encuesta belga realizada en 1959. El 38 por 100 de los turistas del país han tomado sus vacaciones en la propia Bélgica, el 44 por 100, en el extranjero solamente, y el 18 por 100, en Bélgica y en el extranjero.

La relación entre su renta y el lugar elegido se muestra a continuación:

Clase de renta en miles de francos	En Bélgica (1)	En el extranjero (2)	En Bélgica y en el extranjero (3)	TOTAL (4)=(1)+(2)+(3)
0 a 59	39	45	16	100
60 a 119	42	41	17	100
120 a 199	25	54	21	100
200 a 299	16	66	18	100
300 y más	19	52	29	100

Se aprecia que el porcentaje de turistas que toma vacaciones sólo en el país ofrece tendencia bastante regular a la disminución, según la interpolación de una receta de ajuste con coeficiente de inclinación = -0,07.

Esta elasticidad de renta negativa caracteriza el consumo de todos los bienes inferiores, y significa que el incremento de rentas a partir de una cantidad determinada produce precisamente el gasto fuera del país de consumo turístico.

Este razonamiento, aplicado a los datos de la encuesta belga, representa para la totalidad de la muestra que el 33 por 100 de rentas inferiores a los 60.000 francos participa del fenómeno, más de 200.000, el 77 por 100; más de 300.000 el 90 por 100.

La comparación entre países diferentes, sobre encuestas rigurosas de modernidad y rigor análogas a esta belga, nos dan la siguiente comparación:

PAISES	Porcentaje de turistas en el		
	Interior	Exterior	Total
Francia 1957	87	13	100
Alemania 1958	71	29	100
Bélgica 1959	47	53	100

Se aprecia una correlación con el nivel de renta, si bien modificada por la situación geográfica del país y, con seguridad, por la distribución de la renta dentro de él.

Ahondando más en el proceso de la correlación entre renta y gasto turístico, el mismo autor ensaya el procedimiento seguido por Mme. Pollmans para determinar, también para Bélgica, la elasticidad de los consumos privados.

Para ello compara el consumo turístico total y el consumo turístico en el extranjero corrigiendo las series adecuadamente para suprimir el efecto inflacionista.

El valor medio de la elasticidad sobre el conjunto del período es de 3,60 para el consumo turístico total. El coeficiente de correlación R , entre consumo turístico y la renta disponible es de 0,96. Se trata, como vemos, de un coeficiente extremadamente significativo entre ambas series.

El examen de ambas permite señalar una evolución de la elasticidad en el tiempo, por lo cual introduce en la función una nueva variable para determinar los gastos turísticos. Es decir, que junto a la nueva renta juegue la propensión psicológica a consumir turismo.

El tipo de la función de consumo turístico se presentaría, pues, en este supuesto, de forma siguiente:

$$C_t = a Y^e e^{bt}$$

en la cual C_t es el consumo turístico, a un coeficiente, Y , la renta corregida; e la elasticidad a consumos turísticos; b , una constante sobre la variable tiempo, y t , esta variable.

Como los valores anuales de C_t , Y y t son conocidos en el pasado, un análisis de regresión múltiple permitiría determinar valores estadísticos de las constantes, pero siempre y cuando los valores de Y y de t no estuvieran a su vez relacionados.

Pero como la renta Y y el tiempo t son interdependientes, esta interdependencia, desconocida, no permite la estimación correcta de los coeficientes de regresión.

Si sobre la base del conocimiento autónomo de la elasticidad, determinada en 1,03, según el sondeo se supone válido el coeficiente para esta ecuación, es entonces posible estimar el valor de b por diferencia.

El efecto, el crecimiento anual del consumo turístico $\frac{dC_t}{C_t}$ puede ser estimado en 11,6 por 100; el de la renta disponible $\frac{dY}{Y}$ es de 2,58 por 100. Sustituyendo en la ecuación diferencial, se obtiene el valor b , y la función de consumo turístico resulta la siguiente:

$$C_t = a Y^{1,03} e^{0,0894t}$$

Esta función expresa, aun con dudas respecto a las constantes, el hecho de que la variable tiempo pesa más que la renta en el conjunto de las dos influencias explicativas del consumo turístico, si bien ambas forman parte activa del proceso turístico.

Esta dominante psicológica representa un resultado nuevo e interesante que subraya el interés del fenómeno turístico y confirma, paralelamente con la renta, el efecto probable de que su expansión continúe afirmándose, pues no hay duda de que, a igualdad de renta o aun en el caso de accidental recesión, las contracciones de gastos se efectuarían en otros sectores menos vinculados con t y no en detrimento del turismo.

Las razones que en Bélgica tienden a influir en la expansión debida al tiempo parecen ser: primero, las disposiciones legales de vacaciones pagadas; segundo, la propensión en crecimiento constante al turismo y vacaciones de invierno (el ritmo de los dos períodos de vacaciones por año empieza a ser un derecho y es fuente importante de crecimiento de consumo turístico); tercero, las modificaciones importantes de las tarifas de aviación en tendencia a la baja de precios, y cuarto, la previsión de una extensión bastante importante del parque automovilístico en los diez años próximos.

La fórmula del profesor Labeau ofrece una considerable aportación al tema de la economía turística, señalando, junto a la renta, la variable que él denomina factor tiempo; ahora bien, los coeficientes de la fórmula hacen que la variable renta intervenga débilmente en el fenómeno (un quinto en el nivel actual de la renta belga) frente a cuatro quintos de la variable temporal, y ello nos lleva a pensar que, así como la formulación es correcta, la determinación de las constantes, indudablemente por falta de datos estadísticos, quizá no lo sea tanto. Ya hemos comentado anteriormente la gran correlación existente, con datos de otros países, entre la renta "per capita" y el consumo turístico, y se ha señalado también el hecho de que esta corre-

lación es más ajustada cuando se sobrepasa un nivel de renta mínimo, a partir del cual es posible dedicar mayores "surplus" al gasto en turismo.

Por otra parte, al integrar en la fórmula la variable del tiempo se está indirectamente implicando en la función procesos que se desarrollan en el mismo, pero que no están sujetos a una interdependencia matemática con él. De hecho, el tiempo es aparentemente variable en toda clase de fenómenos complejos, eminentemente sociales, con los que no está enlazado de una manera unívoca, y es por lo que, planteada la ecuación en estos términos, ofrece una gran dificultad la exacta determinación de sus coeficientes.

Por todo ello, la morfología de la función la estimamos correcta, pero pensamos que sería más ajustada a la realidad una en la que el tiempo se sustituyera por una variable indicativa de la madurez social y en la que la renta por habitante viniera disminuida en esa cifra de quinientos dólares que estimamos es aquella que permite dedicar cantidades suplementarias excedentarias de la renta mínima para gastos ociosos, entre los cuales el turismo ocupa primer lugar.

La fórmula tendría la forma general siguiente:

$$C_t = a(Y-500)^b e^a$$

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

Engloba esta formulación cuanto nos sirvió, al principio de este trabajo, para definir 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 que 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 cierto 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.

Este grado de madurez social no puede ser interpretable numéricamente si no es calificando de alguna forma su perfeccionamiento social, pero desde ahora se puede señalar que para su modulación puede acudir principalmente a los siguientes extremos, susceptibles todos ellos de una calificación aritmética convencional:

1.* Mejor distribución de la renta dentro del país de que se trata; es decir, menos diferencias entre los distintos niveles de renta

o, dicho de otra manera, mayor masa perceptora de niveles intermedios.

2.° Superior nivel cultural, medible por el grado de alfabetización o por los índices de formación profesional.

3.° Mayor número de días de vacación pagadas por las Empresas o procedimientos existentes para ayudas a la financiación personal a lo largo del año de las vacaciones anuales, como son las ventas a plazos de viajes o las cajas de ahorro turístico.

5.° Tradición viajera del país que, por efecto demostración, influye cada vez más en mayores sectores de población.

6.° Cualquier otra característica de desarrollo social susceptible de traducirse de alguna forma en una estimación escalar.

La posibilidad de determinar en esta fórmula las constantes de cada país es perfectamente posible y tanto más sencilla cuanto más datos existan de su pasado inmediato. Creemos que la misma puede ser extendida a los distintos países y entendemos que se puede abrir con ella un indudable campo para la investigación y valoración, en el aspecto cuántico, del fenómeno turístico. Es valoración a la que aludimos ya como absolutamente necesaria para cualquier planteamiento económico del desarrollo nacional.

Pero aun sin entrar, por el carácter de este trabajo, en una determinación práctica, la morfología de la función permite confirmar de manera matemática las razones que formulamos 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 aun su segunda derivadas, al ofrecer este mismo carácter, aseguran 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 se pueda presentar en un plazo relativamente inmediato.

Después, el carácter irreversible del proceso está completamente asegurado, porque así como en determinados períodos es posible que un país tenga estancamiento y aun 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 volante regulado de la variación numérica del desarrollo en la renta que ofrece carácter indudablemente más contingente.

Por otro lado, se recoge el hecho de que es a partir de un dado nivel de renta cuando los países empiezan a invertir grandes 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 dedicar 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.

4.—Análisis del consumo turístico.

Sobre la estructura del consumo turístico existen muy reducidas evaluaciones y se trata, en general, de estimaciones obtenidas por métodos indirectos. La realización de encuestas y muestreos ofrece para el futuro la posibilidad de mejorarlas. Interesa, sin embargo, exponer algunos aspectos, fundamentalmente a efectos de poner de relieve la gran importancia del turismo en la economía de los servicios del país receptor.

Los datos del Departamento de Comercio de los Estados Unidos para el turismo americano ofrecen la siguiente estructura del gasto:

	%
Alojamiento	35
Alimentación y bebidas	32
Compras	25
Visitas y distracciones	10
Transportes locales	5
Varios	3
	100

Ha de tenerse en cuenta que en esta descomposición sólo se computan los gastos realizados en el lugar de residencia temporal y no el coste del transporte hasta llegar al mismo.

Los estudios realizados sobre la composición media de los gastos realizados en España por los turistas extranjeros en 1963 conducen, por su parte, a los siguientes resultados:

	%
Alojamiento	20
Alimentación y bebidas	32
Transportes	12
Otros gastos	36
	100

En la rúbrica de transportes se incluyen sólo los realizados dentro de nuestras fronteras, mientras que en "otros gastos" se incluyen compras de artículos diversos y gastos de esparcimiento.

Es interesante destacar los siguientes aspectos:

a) La industria hotelera —incluyendo pensiones— sólo recibió un 15 por 100 de los gastos totales realizados por los turistas en territorio nacional, lo que indica la importancia de otros tipos de alojamiento y la casi absoluta seguridad de que el comercio en general obtiene del turismo mayores ingresos directos que la actividad hotelera, turística por antonomasia.

b) Como la distribución sólo incluye los gastos interiores al país receptor, los gastos del turista hasta llegar a él quedan fuera de esta computación. Y estos gastos, en su práctica totalidad debidos al transporte, alcanzan, por razones geográficas, distinto valor, según la posición relativa de los países emisores y receptor; pero en el caso de España puede decirse que a menudo representan un importe muy cercano al gasto del turista en nuestro país. El dato es muy importante, pues cuando se habla de las grandes cantidades que el turismo gasta en los países receptivos se olvida que las inversiones en transporte, normalmente realizados con medios del país emisor, alcanzan cifras comparables con aquel gasto. /

Volviendo a la composición del gasto en el país receptor, la contemplación de su distribución incorpora conceptos nuevos al esquema tradicional que se tiene de la cuestión.

Hablando en sentido estricto, la mera realización de turismo exige, naturalmente, la inversión a que se refiere el primero y segundo apartado y determinada parte del tercero. Como máximo, puede, pues, calcularse que los gastos estrictos, consustanciales con el consumo tu-

rístico alcanza un 60 por 100 y que el 40 por 100 restante representa consumos puramente complementarios innecesarios al puro turismo, pero que son motivados por él.

Planteado así el problema, parece indudable que en la decisión del turista para elegir el lugar de vacaciones influyan en segundo término unas motivaciones ajenas al turismo en sí y que se basan en los consumos complementarios. Estas motivaciones inciden, sin duda, con peso distinto, pero no hay duda que lo que pudiéramos llamar "complejo de atracción" tendrá una forma trinomía del tipo

$$C + \frac{I}{P_i} + \frac{S}{P_s}$$

En donde C es una constante genérica del país debida a sus condiciones geográficas, climáticas, humanas, típicas, etc. Es la previa calificación turística desde un punto de vista estrictamente subjetivo; la frase "Spain is different" tiende a darle a este término valor suficiente para que sea decisivo frente a los otros dos. El valor I depende de la calidad de la infraestructura y S engloba el resto de los atractivos de gastos complementarios. P es el nivel de precios relativos de cada término.

En I están, pues, incluidos los consumos en alojamiento, alimentación y los estrictamente imprescindibles del apartado tercero, pero su peso principal se debe a los dos primeros.

En S el resto de los gastos del turista. Los niveles de precios relativos a los del propio país del turista influyen indudablemente en el valor final del trinomio, dando peso diferente a cada una de las variables a que están afectos. Por lo que puede adelantarse fácilmente que, con independencia del valor de C y de I, el de S —que supone, como hemos dicho, un 40 por 100 de los gastos totales en I + S— puede, tan pronto como sus precios ofrezcan un nivel comparativo bajo, tener peso muy decisivo en el trinomio; es el caso de los productos típicos, artesanía principalmente, o de aquellos otros que, por condiciones específicas del país, se producen a costos normales, pero cuya exportación encarece mucho los precios finales.

Lo indudable es que el turista es, ante todo, consumidor integral, y su demanda se extiende a sectores de actividad económica que suministran bienes genéricos sin especial vinculación al turismo en sí. Su oferta no cuenta de manera esencial como factor de captación del turismo, pero al existir éste encuentran en él una —en muchos casos notable— ampliación de su mercado.

Adquisición de artículos por los turistas.—Resulta en extremo interesante destacar la importancia de este aspecto del turismo por cuanto, aunque no sea el factor desencadenante y sólo en parte atractivo complementario, en la oferta de estos bienes incide una parte sustancial de los gastos que el turista realiza en el país durante su estancia. Merece la pena ahondar algo más en la estructura de estos sectores de gastos turísticos.

Si nos centramos en el caso de España, tenemos que, en valores absolutos, el gasto medio interior por turista es de 88 dólares —5.280 pesetas— durante toda su estancia, con lo que, de acuerdo con la distribución antes citada, corresponden al comercio 1.320 pesetas de ingreso medio por cada turista, como resultado de las compras que éstos realizan en tales establecimientos. Para 1963, año en que los ingresos del turismo se han estimado en 680 millones de dólares, el montante de ingresos del comercio generado por ventas a turistas asciende a 10.200 millones de pesetas.

La investigación de cómo se distribuye este gasto entre los distintos tipos de bienes expendidos en establecimientos minoristas está aún por hacer de forma directa y rigurosa. Por estimaciones indirectas y genérico conocimiento del fenómeno, cabe llegar a establecer, con carácter aproximado, la siguiente distribución porcentual:

	%
En vestido (textil y confección)	35
En objetos de recuerdo y regalo	30
En calzado	15
En otros artículos de piel	7
En material fotográfico	5
En varios (papelería, librería, perfumería, droguería, farmacia, reparación de automóviles, etc.)	8

Pasando a valores absolutos, las cifras de venta de cada sector a los turistas, durante 1963, fueron como sigue:

	Millones de pesetas
Vestido	3.570
Objetos de recuerdo	3.060
Calzado	1.530
Otros artículos de piel	714
Material fotográfico	510
Varios	816
TOTAL	10.200

Según la Contabilidad Nacional de España, el Sector terciario aporta al Producto Nacional Bruto el 41,1 el 41,1 por 100, y dentro de aquél, el capítulo de "Comercio Interior" supone el 25,2 por 100, o lo que es lo mismo, el 10,3 por 100 del P. N. B.

La evaluación provisional que la Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social ha realizado, atribuye al Producto Nacional Bruto un montante de 828.500 millones de pesetas en 1963. Según ello, corresponde al "Comercio Interior" 85.336 millones de pesetas, de producto bruto, con lo que puede cifrarse la renta en unos 67.000 millones de pesetas.

El gasto de los turistas representa sobre el Subsector Comercio Interior, en 1963, por tanto.

el 11,95 por 100 del producto bruto.
el 15,22 por 100 de la renta.

Aun siendo sustanciales estas cifras de participación para poner de manifiesto la importancia que en el comercio nacional tiene el turismo, conviene señalar que las cifras de Producto Bruto y Renta que se han manejado corresponden a la total actividad comercial y, por tanto, engloban comercio mayorista y detallista. Por otra parte, también se incluyen en tales valores los que corresponden a los establecimientos de alimentación, mientras que en la cifra de gastos del turismo en comercio a que venimos refiriéndonos no incluye los dedicados a tales artículos.

No se dispone, hoy por hoy, de una discriminación, siquiera aproximada de la renta de comercio interior que corresponde a mayoristas y minoristas, ni tampoco, consiguientemente, de la que dentro del último grupo es imputable a los establecimientos expendedores de productos alimenticios. Resulta, por tanto, aventurada cualquier estimación de esta distribución, pero no nos resistimos al deseo de intentarlo, significando "a priori" que las cifras deben ser acogidas con toda clase de reservas.

Una estimación simplista puede basarse en el supuesto de considerar que la renta por actividad es proporcional al empleo, dato este último con el que sí se cuenta.

La Comisión de Comercio Interior, del Plan de Desarrollo, establece que el empleo total en el Sector se distribuye así:

	Empleados
Comercio al por mayor	124.408
Comercio al por menor	654.581
	778.989

Con el supuesto admitido correspondería al comercio mayorista el 16 por 100 de la renta del Sector y el 84 por 100 al comercio de detall; esto es, 10.720 millones de pesetas y 56.280 millones, respectivamente.

Dentro del comercio minorista, el dedicado a alimentación ocupa 291.100 empleados, es decir, el 44,4 por 100 del subsector. Correspondería, por tanto, el mismo porcentaje de renta; sin embargo, por estimar que las retribuciones en esta actividad, por la menos formación profesional que requiere, son menores que en las demás ramas del comercio detallista, reducimos —a sentimiento— su participación sobre la renta, a sólo el 35 por 100, cifrando ésta en valor absoluto en 19.698 millones de pesetas.

Detrayendo tal cantidad de la renta antes estimada para el conjunto de las actividades comerciales minoristas (56.280-19.698), nos restan, como renta del comercio de detall, excluido alimentación, 36.582 millones de pesetas, respecto a la cual el ingreso por ventas a turistas (10.200 millones) supone cerca del 28 por 100.

Este mismo cálculo extendido a las previsiones de desarrollo y llegada de turismo para 1967, año horizonte del Plan, nos da el resultado siguiente:

Previsiones del Plan de Desarrollo para los ingresos por turismo, 63.700 millones de pesetas. En el supuesto de que no cambie la actual estructura distributiva del gasto, irá al comercio detallista, excluido alimentación, una cuarta parte: es decir, 15.925 millones de pesetas, cuya distribución por actividades sería:

	%	Millones de pesetas
Vestido	35	5.574
Objetos de recuerdo	30	4.777
Calzado	15	2.389
Otros artículos de piel	7	1.115
Material fotográfico	5	796
Varios	8	1.274
	100	15.925

Si el Comercio Interior no varía su porcentaje de participación sobre R. N., seguirá en 1967 siendo de 10,4. La R. N. en 1967 se estima en unos 800.000 millones de pesetas, y la renta de "Comercio Exterior" será, por tanto, de 83.200 millones, aproximadamente.

La del comercio minorista, excluido alimentación (54,6 por 100 de la total de comercio interior), ascendería a 45.427 millones de pesetas, con lo que los gastos de los turistas en tal comercio representaría el 35 por 100 de dicha renta.

El transporte turístico por carretera.—Dentro de los gastos del turista en el país elegido para sus vacaciones, es decir, prescindiendo del transporte de traslado de país a país, es muy grande la relación entre turismo y transportes terrestres. En realidad, sin la existencia de éstos no es posible la de aquél, pues ni en el caso más elemental del excursionismo a pie suele poder prescindirse de los transportes, que, por lo general, constituyen la primera y la última etapa de la excursión, al situar al actor en un lugar inicial y restituirlo a su punto de partida.

El turismo origina, por tanto, una demanda de transportes terrestres con especiales características, que dependen de una serie de circunstancias según que sea de permanencia o itinerante. En el primer caso se elegirá un medio de transporte rápido cuyo punto de llegada esté lo más cercano posible al lugar escogido. De esta manera, el viaje no constituye turismo en sí, sino una acción previa necesaria para la posterior práctica turística. En el segundo caso el turismo se inicia al mismo tiempo que el transporte, y éste constituye una parte integrante de aquél. El medio de transporte típico es el de carretera, cuando el traslado es inferior a los 400 kilómetros, caso éste genéricamente normal en lo que pudiera ser el tráfico excursionista, pues para distancias mayores tiene preferencia el avión sobre el transporte terrestre.

Se poseen datos estadísticos bastante exactos sobre los transportes turísticos por carreteras, ya que desde 1960 se han venido realizando por el Ministerio de Obras Públicas valiosos estudios de origen y destino en poblaciones importantes y aforos de tráfico que, en 1962, han alcanzado el 87 por 100 de la red. Este último estudio ha permitido conocer la importancia del tráfico por carretera efectuado por extranjeros, que ha alcanzado los 870 millones de vehículos-kilómetro en el año 1962, lo que representa un 7 por 100 del total del país a lo largo de todo el año.

Teniendo en cuenta la ocupación media por vehículo obtenemos una cifra de 2.700 millones de viajeros-kilómetro transportados por coches extranjeros, y si consideramos el resto de la red no aforada y la utilización de vehículos de distinta nacionalidad que la de sus ocupantes, puede darse un total de 3.000 millones de viajeros-kilómetro hechos por extranjeros en las carreteras españolas en el año considerado, lo que supone el 7 por 100 del transporte por carretera total si se cuenta a los que ocupan los camiones, y el 9,5 por 100 si no se les cuenta.

Por lo que se refiere al turismo interior, los estudios de origen y destino realizados en nueve ciudades españolas, a la vista del porcen-

taje de vehículos utilizados en viajes puramente de recreo, la media de plazas ocupadas y la longitud media recorrida nos dan como razonable para el tráfico turístico un 20 por 100 del total en viajeros-kilómetro (o un 24 por 100 en coches-kilómetro).

En resumen, puede afirmarse que la circulación turística por carretera es del orden del 20 por 100 de la total de viajeros y se divide casi en partes iguales entre españoles y extranjeros (10,5 por 100 y 9,5 por 100, respectivamente).

Las cifras, de por sí sorprendentes, lo son aún más si tenemos en cuenta la concentración del tráfico turístico frente al reparto anual del que no lo es. Puede decirse que el primero desarrolla un 80 por 100 de su total en un período de tres meses, por lo que, supuesto el tráfico no turístico sensiblemente distribuido en partes iguales por meses, nos lleva a comprobar que, durante la estación turística, el tráfico, debido a este fenómeno, alcanza un valor casi análogo al del tráfico que no lo es.

Por lo demás, es bien sabido que el aumento general del nivel de vida, las mayores facilidades para adquisición de vehículos de turismo y, sobre todo, el gran aumento experimentado por el volumen de extranjeros que nos visitan en los últimos años, ha dado lugar a un crecimiento de tráfico por todos los medios de transporte, pero principalmente el de carretera, que ha ocasionado una indudable insuficiencia de las infraestructuras existentes.

Según los estudios de tráfico del Ministerio de Obras Públicas, en 1962 existían 2.559 kilómetros de carreteras con I. M. D. comprendidas entre 2.000 y 5.000; 386 kilómetros con I. M. D. entre 5.000 y 10.000, y 98 kilómetros con I. M. D. entre 10.000 y 25.000.

Las máximas intensidades de tráfico se producen por motivos de turismo. En la estación de aforo situada en el acceso a Madrid de la carretera de La Coruña, con una intensidad media de 12.482 vehículos, se llegó en verano a los 25.774 en un día. La estación situada en la Costa Brava, con I. M. D. de 3.081 vehículos, registró un máximo, el 15 de agosto, de 8.869; es decir, casi el triple. Todo el tramo Barcelona-La Junquera registra durante el mes de agosto una intensidad diaria de más de 6.000 vehículos, y en el mismo mes tiene más de 3.000 vehículos-día el itinerario Barcelona-Murcia. Esto lleva a la conclusión, y sobre ello volveremos luego, de la necesidad de proceder ya a la habilitación de autopistas con urgencia, si no queremos ver estrangulado nuestro turismo por carretera, tanto en las costas, especialmente la Mediterránea, como en los accesos fronterizos, y en los alrededores de las grandes ciudades.

El transporte turístico ferroviario.—Las estadísticas que se poseen no son lo bastante detalladas ni abarcan suficiente número de años para poder deducir consecuencias rigurosas en este aspecto, pues no es fácil obtener datos en cuanto a la clasificación “turística” o no “turística” de la demanda de plazas de transporte ferroviario, en donde sólo se dispone del número de viajeros transportados y, en todo caso, del de billetes vendidos en el extranjero para circular por la Red Nacional. Aun cuando pudieran considerarse como turísticas prácticamente la totalidad de estas últimas plazas, se desconoce, en el tráfico interior, el porcentaje de las utilizadas por extranjeros que, también en su totalidad, podrían estimarse como turísticas. Por ello, sólo podemos, en cuanto a la demanda por extranjeros, considerar el número de los entrados por ferrocarril por nuestras fronteras, suponiendo que todos ellos han salido por igual medio de transporte.

Por lo que se refiere a la demanda por españoles, podemos estimar que son turísticas las plazas ocupadas por residentes en España salidos al extranjero por ferrocarril (en viajes de ida y vuelta); el 10 por 100 del tráfico total anual, y el 80 por 100 del aumento de la media de los tres meses de verano sobre la del resto del año.

Durante 1963 han entrado en España por ferrocarril 1.237.804 turistas y han salido 818.416 residentes españoles, lo que supone un total de 4.112.440 plazas turísticas (ida y vuelta) en tráfico internacional.

El total de viajeros transportados por la RENFE en el mismo año ha sido, en miles, de 147.439, correspondiendo a los meses de julio, agosto y septiembre una media de 15.735, y al resto del año otra de 10.861. Así resulta que el número de plazas a las que podemos asignar condición turística es de 30.551.000 para 1963.

En 1961 y 1959 los datos de partida son los siguientes, respectivamente:

Turistas entrados por ferrocarril	859 y	393
Residentes españoles salidos... ..	443 y	219
Tráfico total RENFE	114.861 y	124.257

De donde se deduce, con igual criterio, que el número de plazas turísticas en 1961 y 1959 fue, respectivamente, de 22.294.000 y 24.228.000 (percibiéndose el impacto de la subida de tarifas y del Plan de estabilización entre 1959 y 1961).

Aquí se destaca la gran importancia que tiene el tráfico turístico interior en el ferrocarril, en relación con el internacional, por lo que

la influencia de la variación de éste será siempre pequeña ante cualquier cambio de tendencia interior. Efectivamente, en el tráfico turístico total de 1963, el internacional sólo ha supuesto un 13,4 por 100.

Para un supuesto de 17 millones de turistas en 1967, y con el tráfico general total previsto para la RENFE en el Plan de Desarrollo, la demanda de plazas ferroviarias de carácter turístico será, en dicho año, de 39.200.000. Puede, pues, apuntarse que, aun con mucha menor importancia de demanda internacional, todo el aumento previsible del turismo interior, y dentro de él la promoción del turismo social, que se hace indispensable, y cuya enorme importancia puede asegurarse ya, hace preciso la puesta en marcha de planes de aumento de material motor y móvil, la puesta en explotación de coches modernos y confortables, multiplicando la oferta de plazas y mejorando toda una serie de servicios que ya hoy no se hallan a la altura de exigencias de un turista normal.

El transporte turístico en líneas aéreas.—Por lo que se refiere a la demanda turística en las líneas aéreas españolas, hay que tener en cuenta que el tráfico turístico internacional se verifica en un importante porcentaje en vuelos "charter", en los que, al menos hasta ahora, las empresas españolas están poco representadas, si bien debe tenderse a que puedan aumentar su material hasta hacer posible un reparto equitativo de vuelos con las compañías extranjeras.

Las empresas españolas que efectúan tráfico regular han transportado en 1963 un total de 1.976.453 pasajeros en servicios interiores y 408.031 en tráfico internacional. Con análogo criterio que en el caso de los ferrocarriles, podemos considerar turísticas todas las plazas internacionales y el 80 por 100 del aumento que corresponde a la punta veraniega sobre la media del resto del año. De esta forma se llega a una cifra de plazas turísticas de 500.479, que corresponde a un 28 por 100 del tráfico total en líneas aéreas españolas.

Las cifras que resultan para los años 1959 y 1961 son, respectivamente, de 247.341 y 343.019, que corresponden a 25,5 por 100 y 24,3 por 100 de los tráficos de sus correspondientes años.

Con estas cifras podemos componer el siguiente cuadro:

Demanda turística de plazas en líneas aéreas españolas			Turistas entrados en España (Miles) (2)	(1) × 100 (2)
Año	Tráfico interior	Tráfico internacional (1)	Tráfico total	
1959	71.053	176.288 (71 %)	247.341	4,194 4,2 %
1961	99.940	243.079 (71 %)	343.019	7.455 3,2 %
1963	92.448	408.031 (81 %)	500.479	10.931 3,7 %

Contrariamente a lo que ocurre en los ferrocarriles, es mucho mayor la importancia del tráfico turístico internacional que la del interior, por lo que será notable la influencia de las variaciones de aquél en el resultado total.

Para un supuesto de 17 millones de turistas a entrar en España en 1967, y teniendo en cuenta el probable aumento del tráfico turístico interior por vía aérea, puede estimarse para dicho año la siguiente demanda turística de plazas en las líneas aéreas españolas:

	Plazas
Tráfico interior	120.000
Tráfico internacional	680.000
Tráfico turístico total (en líneas españolas) ...	800.000

La evolución del tráfico turístico en los aeropuertos de los últimos diez años podemos considerarla pararela a la del tráfico internacional en el mismo período, ya que la influencia del turístico interior, por su escasa cuantía, no debe modificar aquélla sensiblemente.

En conjunto, el número de personas entradas en España por aeropuertos en los años que se señalan, y el porcentaje de aumento respecto al año anterior, fueron los siguientes:

		%
1954	116.452	
1955	161.530	38
1956	210.851	30
1957	277.168	31
1958	315.677	13
1959	370.202	17
1960	465.771	25
1961	619.436	33
1962	826.172	33
1963	1.061.724	27

Lo que supone, para todo el período, un aumento de tráfico turístico del 27,8 por 100 acumulativo anual, y haberse casi triplicado desde 1959.

El tráfico aéreo de carácter turístico se caracteriza por ser, en general, un tráfico a gran distancia, por conceder mucha importancia a la velocidad del transporte y por dirigirse a zonas de gran concentración turística.

Los tres grandes aeropuertos españoles de Madrid, Palma de Mallorca y Barcelona, que concentran el 70,3 por 100 del tráfico total de viajeros, llegan a sumar el 86,1 por 100 del tráfico internacional, destacándose notablemente entre todos el de Palma, que en 1963 ha alcanzado el 37,7 por 100 de todo el tráfico internacional de España. Si a estos aeropuertos se les añaden los de Málaga y Las Palmas, alcanzan entre los cinco el 95 por 100 de este tráfico internacional.

En todos ellos ha ido creciendo el volumen de tráfico total, pero con mayor rapidez el internacional, hasta el punto de que ya hay dos aeropuertos en que este tráfico ha llegado a superar el nacional, siendo el 68 por 100 del total en Palma de Mallorca y el 52,8 por 100 en Málaga. Esto nos da idea de la importancia turística de ambos aeropuertos, de los que el de Palma va a la cabeza en transporte internacional, con 858.000 pasajeros en 1963, seguido por los demás, como se indica a continuación:

Aeropuerto	Tráfico total	%	Tráfico internacional	%	Porcentaje internacional en el total del aeropuerto
Palma de Mallorca	1.260.961	23,9	858.249	37,7	68,0
Madrid	1.411.649	26,8	663.922	29,0	47,0
Barcelona... ..	1.033.289	19,6	444.777	19,4	43,0
Málaga	215.046	4,1	113.634	4,9	52,8
Las Palmas	401.395	7,6	89.527	3,9	22,3
Valencia	180.468	3,4	45.383	1,9	25,1
Tenerife	236.592	4,8	39.594	1,7	15,4
Sevilla	107.631	2,0	8.678	0,4	8,0
	4.867.031	92,2	2.263.764	98,9	46,5
TOTAL	5.263.438	100,0	2.288.950	100,0	43,5

El crecimiento más espectacular se da también en el aeropuerto de Palma, ya que, desde 1959, ha más que triplicado el número de pasajeros internacionales, con un aumento absoluto de 575.000.

También son notables los casos de Málaga y Las Palmas, aun con mucho menos tráfico que el anterior, por lo que se refiere a velocidad de crecimiento, ya que desde 1939 han visto multiplicar por diez y por doce, respectivamente, sus tráficos internacionales.

Estimamos más que probable que fenómenos semejantes se produzcan en Ibiza, cuyo aeropuerto se abrió al tráfico internacional el pasado año; en el de Menorca, cuando se acondicione para este tipo de tráfico, y en los nuevos aeropuertos de Alicante y Costa Brava.

Puede, además adelantarse sin temor que determinadas regiones españolas, hoy prácticamente inéditas en el aspecto turístico, como Almería y Huelva, no prosperan en este proceso sin la previa construcción de sus aeropuertos. En estos casos, su existencia es tan imprescindible que debe formar parte integrante de sus planes de promoción y considerar su inversión como costos inseparables de su preparación infraestructural.

Transporte marítimo.—Por lo que se refiere al tráfico turístico en los puertos navales, el número de visitantes entrados por puertos en España, en los últimos diez años, es el siguiente:

1954	815.749
1955	920.542
1956	899.295
1957	937.855
1958	866.200
1959	903.456
1960	1.011.368
1961	1.014.136
1962	970.188
1963	1.092.208

De los que, en su mayoría, del orden del 80 por 100 fueron extranjeros en tránsito.

El tráfico de pasajeros en los servicios marítimos de soberanía, en las líneas de Baleares, Canarias y Africa, ha sido el siguiente:

Años	Baleares	Canarias	Africa
1954	394.031	71.977	463.389
1955	482.177	61.685	466.353
1956	416.936	72.196	522.834
1957	435.086	86.969	636.208
1958	453.730	111.687	577.700
1959	481.597	121.638	593.620
1960	464.897	110.434	574.691
1961	554.544	116.917	604.871
1962	586.906	122.144	660.360
1963	492.348	114.197	700.000 (estimados)

De las cifras consignadas en las líneas a Africa, corresponde un 56 por 100, aproximadamente, al tráfico Algeciras-Ceuta, y el 44 por 100 restante al de Algeciras-Tánger.

En estos tráficos podemos estimar que son turísticos el 90 por 100 de las plazas a las Baleares, el 70 por 100 a Africa y el 50 por 100 a las Canarias, con lo que tendríamos para los años 1959, 1961 y 1963:

Años	Baleares	Canarias	Africa	Tráfico internacional	Total	En tránsito
1959	433.437	60.819	415.534	376.410	1.286.200	715.251
1961	499.089	58.458	423.409	375.122	1.356.078	826.575
1963	443.113	57.098	490.000	474.160	1.464.371	855.128

Habiéndose contabilizado en la columna de tráfico internacional el doble del número de visitantes entrados por puertos, por suponer que salen por iguales medios.

Teniendo en cuenta el casi estancamiento del tráfico marítimo con las Baleares; la regresión del de las Canarias (la competencia del avión es manifiesta); la tendencia al aumento de tráfico con Africa y la de la de los porcentajes de los tráficos internacionales en relación con el total de turistas entrados, el número de plazas turísticas para 1967, si se considera una entrada de 17 millones en España, sería:

Años	Baleares	Canarias	Africa	Tráfico internacional	Total	En tránsito
1967	500.000	55.000	600.000	595.000	1.750.000	915.000

La situación actual acusa no tanto una insuficiencia en la oferta de plazas como una falta de adecuación de las condiciones de los buques al tipo de tráfico para el que están destinados. Estas condiciones se agravan notoriamente ante los aumentos que son previsibles en un futuro inmediato.

Nuestro tráfico marítimo de soberanía está constituido especialmente, en lo que a turismo se refiere, por las líneas que unen la Península con Baleares y Canarias y por las que cruzan el Estrecho. En todas ellas se hace sentir la necesidad de que se empleen de manera intensiva buques transbordadores como algunos de los que ya hay en servicio. Las actuales condiciones no podrán mejorar hasta el momento en que entren en explotación nuevos buques de este

tipo, con lo que también podrán mejorarse el resto de las líneas; puede asegurarse que o se perfeccionan estos servicios o los mismos no servirán de aportación al fenómeno turístico, que elegirá el avión como medio sustitutivo.

5.—La expansión turística y su conexión con el desarrollo de los servicios.

El análisis cuantitativo realizado permite asegurar que, entre cualquier tipo de actividades económicas que se contemplen, ninguna tan vinculada al sector servicios como el fenómeno turístico. Puede decirse que la práctica totalidad del gasto que se origina en el sector se halla dirigido hacia los servicios.

Efectivamente, los grandes apartados en que hemos dividido el gasto del turista son los de hostelería-alimentación, comercio y transportes. Todos ellos se encuentran, en cuanto a su producción, incluidos en el sector de los servicios, y a ellos va dirigido, en la fase del consumo, la totalidad del impacto turístico.

Y si en el conjunto de la economía el consumo turístico representa ya para muchos países cifras importantes en su importe total, al llegar al análisis exclusivo de su sector servicios la importancia relativa crece, de acuerdo con la peculiar estructura de la renta. El producto del turismo representa el 7 por 100 de nuestra renta nacional y alcanza el 16 por 100 de la del sector servicios.

Huelga decir que, desde el punto de vista regional y local, estas cifras se distorsionan hasta el punto de que hay provincias españolas donde la renta turística sobrepasa el 50 por 100 de toda la del sector servicios.

¿Puede entonces caber duda sobre la obligada necesidad de tener en cuenta el fenómeno específico del turismo en el planeamiento del sector servicios?

Ahora bien, los servicios, entre los tres sectores clásicos de la economía, son los que requieren un mayor grado de madurez; es por lo que, de una manera tradicional, los países con mayor nivel de renta tienen una participación proporcional de este sector superior a la de aquellos en los que la renta es más baja. Se produce así el fenómeno de interdependencia de que la mayor importancia del turismo en un país obliga al aumento del sector servicios y, por razón de reversibilidad, mejora la calidad de su renta nacional en ra-

zón de la mayor importancia del sector. Ello es de gran importancia porque, si bien de una manera tradicional, el aumento del sector servicios en relación con los otros dos sectores de la economía, la agricultura y la industria, representa etapas de mayor madurez que aparecen por el hecho de un crecimiento previo de los sectores agrícola e industrial (que va produciendo, de un lado, mayor demanda de bienes de servicios, y va exigiendo, de otro, producciones más perfectas, que requieren a su vez mayores proporciones de servicios en ella) el hecho de una incitación autónoma del sector servicios produce a la larga el mismo fenómeno, repercutiendo de una manera directa en el desarrollo de los otros dos sectores. Veamos con mayor exactitud el carácter de este esquema dinámico que consideramos de una importancia decisiva para el desarrollo económico de la España actual.

Es bien conocido el proceso de madurez que, de una manera constante, lleva a que los países de mayor nivel de renta ofrezcan mayor importancia relativa de un sector servicios. El mayor poder adquisitivo de una agricultura desarrollada fuerza la demanda de consumos personales y aumenta el nivel de servicios. La mayor industria requiere mayor grado de transportes y de comunicaciones, y ambos sectores, la agricultura y la industria, liberan mano de obra que va a profesiones más lucrativas, como son las de los servicios, bien a través de la formación especializada bien a través de puestos laborales en la rama mercantil. Paralelamente, el comercio experimenta una gran ampliación en razón del aumento de niveles de renta, y él, de por sí, incide sobre el sector servicios de una forma extraordinaria.

Hasta aquí el esquema clásico, pero ahora es importante estudiar el proceso cuando, a través del fenómeno turístico, sufre el sector terciario una previa incitación autónoma. No deja ello de ser una figura singular en el proceso del desarrollo económico, que si hasta ahora podía tener escasa importancia, a la vista de todo lo comentado en este estudio resulta fácil augurarle un carácter preponderante por la importancia del impacto y los efectos que ha de desencadenar. Estos efectos son, en cierto modo, análogos al proceso anterior, al proceso clásico, aunque con un sentido descendente si el anterior puede calificarse de ascendente; y este cambio de sentido mejora ampliamente la calidad y, sobre todo, la velocidad del entero proceso de desarrollo.

Ello es así porque la demanda autónoma del sector servicios produce en un país una adecuación muy rápida de equilibrio de la oferta. No obstante ser el sector servicios el que representa mayor grado de perfeccionamiento de los tres sectores, es, sin duda, de los tres el que menos tiempo necesita para poner en marcha nuevas instalaciones. Desde la hotelería hasta el comercio, pasando por la red

de comunicaciones e incluso la de transportes en su versión más importante —como puede ser una gran autopista por el carácter lineal de la misma— su construcción no requiere los largos años de maduración de la gran industria o de la gran transformación agrícola. Con un deseo de superación, las transformaciones en el sector servicios no exigen tiempo superior a los dos años, y buena parte de las mismas puede tener resueltas sus instalaciones en plazos de uno. Esta característica otorga al proceso una gran agilidad, y sólo así es posible comprender que España haya triplicado en menos de un quinquenio buena parte de sus instalaciones turísticas, fenómeno que no es posible se produzca en los sectores primario o secundario.

Pues bien, continuando con el esquema del desarrollo general por excitación de los servicios, una gran variación autónoma del sector, bien sea en el plano regional o en el nacional, se proyecta de una manera inmediata sobre el campo de la construcción.

En los gastos de establecimiento de la infraestructura turística podemos calcular que el 75 por 100 del gasto repercute en el sector de la construcción, bien sea directamente en relación con los alojamientos y construcción de carreteras o de aeropuertos, bien sea indirectamente a través de la realización de locales comerciales, locales de esparcimiento y establecimientos de comunicaciones. Si tenemos en cuenta que, como término medio, la implantación de un alojamiento individual turístico oscila de las 500.000 pesetas en establecimientos de lujo, a las 50.000 pesetas en apartamentos de vacaciones, si a ello sumamos los costos de realización de la infraestructura de transportes, el resto, aún no establecido con exactitud, representa una parte poco importante del coste total general de implantación de una plaza turística.

El hecho de esta incidencia sobre el sector de la construcción es una razón inmediata de los efectos sobre los otros dos sectores, porque, indudablemente, es esta actividad de la construcción la que, de una manera más clara, puede aumentarse en un país de desarrollo incipiente o medio sin grandes perturbaciones de los otros sectores. De una parte, la actividad constructora satura en el campo los puestos que el perfeccionamiento agrícola va dejando libre o, como en nuestro caso, realiza sobre el campo una atracción que, al encarcer los jornales agrícolas, fuerza a los propietarios de los mismos a su mecanización. En lo que se refiere a la industria, la construcción es una actividad que admite cualquier grado de maquinización, desde la puramente artesana, en la que la mano de obra representa el 80 por 100 del costo, hasta aquella en que sólo equivale a un 20 por 100, como ocurre en la construcción prefabricada, de gran utilidad en el desarrollo turístico.

El aumento, pues, del sector servicios, por razones turísticas, repercute de una manera ágil sobre el sector agrícola e industrial, forzando a ambos a una mejora de sus propias estructuras y llevando por delante la atracción de la mano de obra como instrumento principal del desarrollo de toda la economía. Pero, posteriormente, tan pronto el aspecto de construcción infraestructural ha producido este primer impacto en los otros dos sectores, la explotación turística en sí completa el proceso de una manera enormemente activa.

Toda la industria hotelera realiza una transformación rápida y eficaz por cuanto facilita el tránsito del obrero de la construcción a los cuadros de los servicios. Es normal el fenómeno en España de que el personal que participa en la creación de la infraestructura con destino al turismo, desde estaciones de servicio automóvil hasta los propios hoteles, pasando por instalaciones de deporte, balnearios, etcétera, se incorpore, en mayor o menor grado, a la propia explotación de la obra realizada tan pronto la termina.

Pero quizá la definitiva transformación se crea en el aspecto comercial y en la explotación de las comunicaciones. En el subsector comercial las inversiones por puesto de trabajo son mínimas y las plazas mejor remuneradas, con lo que se consolida así todo el proceso de transformación del obrero agrícola pagado pobremente al empleado de servicio bien retribuido.

En el aspecto industrial este tirón, por un lado de la agricultura y por el otro de la construcción, fuerza la demanda de maquinaria de transformación, y también en este aspecto nos encontramos con el carácter ventajoso del proceso por cuanto que la maquinaria para su expansión es la más conveniente. Es decir, resulta más fácil comenzar el proceso de perfeccionamiento industrial a través del mayor aumento de maquinaria agrícola y mayor aumento de maquinaria de construcción. Es la ejecución de estas máquinas en sí la que fuerza la expansión en la industria del motor y, posteriormente, en la industria pesada, pero el acoplamiento del desarrollo equilibrado se puede realizar de una manera sencilla en el plano regional y en el nacional.

Finalmente, la demanda en sí del sector turismo, una vez en funcionamiento, es decir, los denominados gastos operacionales, van directamente a los comercios en aquellos bienes de más fácil producción, de hecho bienes exclusivamente de consumo. Hemos analizado hacia qué sectores se encaminan las inversiones en artículos de uso que efectúa el turista y hemos determinado antes lo importante de las cifras, de varios miles de millones de pesetas, que calculamos que el turismo invertirá este año en artículos de uso y consumo.

Juegan aquí, para cada país, características coyunturales de una forma decisiva: la industria del vestido, la piel y otras son quizá en España las más favorecidas por esta demanda, dado que, por características conocidas, se encuentran, en cuanto a precios, en condiciones ventajosas para competir con artículos análogos en el exterior, pero cuenta también de una manera clara el tipismo del país, que siempre en cierta medida se proyecta sobre los artículos de uso, de vestido y de calzado, la industria cerámica y la artesanía. Este aspecto tiene una gran importancia en los planes de desarrollo por sectores, pues si por vía de ejemplo consideramos el del calzado vemos que en los 45 millones de pares que se proyecta alcanzar este año según el Plan de Desarrollo, cinco millones de pares se calcula serán adquiridos por los turistas.

No es solamente, pues, que se produzca una exportación en condiciones enormemente favorables, tanto para el productor como para el comerciante, sino que el efecto propagandístico de estas ventas fáciles puede poner en marcha procesos de exportación a los países del extranjero de una forma inesperada. Si comparamos el esfuerzo de nuestras ferias de artículos en el exterior junto a la espectacular exposición de todos nuestros productos ante trece millones de visitantes que esperamos este año, ávidos de conocer nuestra producción y en perfecta disposición psicológica para adquirir muestras de ella, veremos que quizá no cabe procedimiento mejor de promoción comercial que el que ofrecen al turismo los escaparates de nuestros establecimientos comerciales, y que, probablemente, el primar esta forma de venta (que al menos en todos los países en goza de la exención de impuestos) es algo que debe ser implantado en el nuestro, porque difícilmente se pueden encontrar mejores canales de introducción comercial internacional.

Por lo demás, y aquí entramos en la última fase del proceso, esta demanda de artículos de uso y consumo produce una presión sobre el sector industrial que tampoco requiere una gran base de carácter pesado ni ofrece dificultades para adaptarse rápidamente a una localización de recursos de ámbito regional. Es decir, por un lado, la producción de artículos de uso tiene una agilidad mayor para su aumento y modernización y requiere, únicamente y en el peor de los casos, un proceso de inversión en equipos que, tanto si se fabrican en España como si se importan del extranjero, no deben encontrar obstáculos, dada la forma de financiamiento en divisas de buena parte de la producción. Además, se crean estímulos en tipos de industria de fácil implantación regional, desde la artesanía típica, en donde caben todas las fórmulas de modestia, hasta la producción especializada de bisutería, y existe una inmensa gama de producción correspondiente al sector industrial que se efectúa sin otros medios que la vocación comercial de promotores regionales.

Queda, por fin, el último aspecto del impacto de expansión que es el lado humano. Quizá la economía obedezca también a una ley física de impulsos y todo el desarrollo se deba exclusivamente al esfuerzo personal y social para lograrlo. Este impacto personal obedece principalmente al efecto demostración, fenómeno por el cual se ofrece a los sectores sociales y masas de población secularmente estáticas, las posibilidades de un mayor progreso. El caso de la excitación turística es típico a estos efectos.

De un lado, las ventas producidas de manera fabulosa en los lugares turísticos, aunque injustas en muchos casos, son siempre emuladoras y sirven para sacar de la apatía, con el incentivo de especulaciones fáciles, a sectores eminentemente agrícolas y, por naturaleza, estáticos. De otro, pone en contacto a la población con hábitos consumidores absolutamente desconocidos para grandes sectores del país. La velocidad con que nuestras poblaciones modestas de las zonas turísticas se han acostumbrado al uso de objetos usualmente destinados a niveles económicos más elevados de los habituales es buena muestra de cuanto decimos.

El proceso de la incitación autónoma y previa del sector servicios, produce, pues, sobre todo, el desarrollo económico, más rápidos y beneficiosos efectos, aunque sean por vía contraria, a los que caracterizan la expansión del sector con la tradicional y lenta madurez de los sectores primario y secundario.

Que esta reversión del proceso puede tener consecuencias, hasta ahora imprevistas, en el desarrollo económico de los países receptores es algo absolutamente palmario. El aumento del sector servicios, en lo que pudiéramos llamar ritmo tradicional, viene representando un 7 por 100 anual acumulativo, y ello supone una duplicación cada diez años. Las cifras de aumento de demanda de servicios por el crecimiento turístico de nuestro país, de acuerdo con las cifras que hemos comentado, debe suponerse en los próximos años no inferior al 17 por 100, que supone doblarse cada cuatro; es tal la velocidad relativa de ambas series que el desbordamiento de la primera por la última puede ser fenómeno a muy corto plazo.

Enfocando, a mayor abundamiento, el proceso desde un punto de vista más elevado, vemos que existe una correlación significativa entre el entero desarrollo económico de la humanidad y la marcha de los tres sectores tradicionales. El sector agrícola, o primario, no solamente representa el comienzo de cualquier proceso de transformación y el soporte de los procesos de producción de los otros dos sectores, sino que el sector primario está íntimamente ligado a los países de incipiente economía. Puede decirse que la economía de un

país primario es una economía exclusivamente agrícola. Puede decirse, sin ninguna duda, que todas las economías incipientes son pura y simplemente economías del sector agrícola y que la economía de las primeras civilizaciones del mundo, aun las de gran desarrollo, como la egipcia, la helénica, la romana y aun la del medievo, fueron pura y simplemente desarrollos agrícolas en las que sólo se manifestaron modesta y balbucientemente primeras fases de transformación artesana sobre la base agrícola.

No se descubre nada con ello, pero sí se señala una pauta de desarrollo del entero devenir económico mundial que, tras la agricultura, tras haberse mantenido durante siglos sobre una base agrícola, pasa muy recientemente a la época que hemos denominado industrial y que supone, indudablemente, una nueva fase de maduración del gran proceso. Nuestra etapa industrial se caracteriza por el hecho de que la renta del sector industrial, de ser pura y simplemente una manifestación embrionaria, un apéndice más del sector agrícola, empieza a desarrollarse a partir de los últimos dos siglos, principalmente desde el descubrimiento de las transformaciones energéticas hasta el momento actual, en el que los países de gran desarrollo superan ampliamente la renta del sector agrícola con la que les produce su sector industrial.

El proceso es lógico, por cuanto el desarrollo del sector agrícola ofrece un techo por encima del cual es inútil forzar la expansión. La agricultura cumple una función primordial de consumo alimenticio y de transformación para uso y vestido, cuya demanda ha de ser, por fuerza, fácilmente saturable, según se va desarrollando la economía del país en cuestión. El sector industrial ofrece un techo lejano y crece con una rapidez mucho mayor que lo hace el sector agrícola (que ronda ya hoy en sus rentas un máximo desarrollo) hasta el punto de poder definir la economía en que estamos como una economía típicamente industrial, siquiera en los países que consideramos de mayor desarrollo, incluyendo en él los que sobrepasan la renta de los 500 dólares por habitante y año, ya utilizada en formulaciones anteriores.

En la era industrial este sector, a diferencia del agrícola, cuyo techo, por razones de consumo, está cerca, sin duda ha de experimentar todavía fuertes aumentos, pero apunta ya en él (igual que en la Edad Media apuntaba de forma embrionaria sobre el sector agrícola la importancia del sector industrial) la fuerza del sector servicios, sobre el que va a recaer, en un futuro más o menos lejano, toda la importancia y todo el acento del entero desarrollo económico. La hipótesis es una pura consecuencia de la dinámica anterior, pero ofrece de por sí claras motivaciones.

Se va a llegar principalmente a este triunfo del sector servicios por tres hechos principales: la automatización, la producción de grandes cantidades de energía y el creciente ocio de la humanidad. La automatización va a lograr simplificar enormemente los procesos industriales, el sector productor de energía va a revolucionar las industrias extractivas, los transportes y la construcción de grandes obras públicas y, de forma paralela a esta simplificación enorme de todos los aspectos de la explotación, va a crecer enormemente el consumo de ocio. Todo ello repercute en necesidades que se hallan vinculadas con el sector servicios, que se va a reforzar por el gran aumento previsto para el consumo con fenómenos desconocidos de demanda para este sector de servicios de grandes cantidades.

La economía del futuro va a señalar, pues, tras la superada etapa de la primacía del sector industrial sobre el sector agrícola, el crecimiento del sector servicios, cuya preponderancia será absoluta sobre los otros dos sectores. Si en los momentos actuales una economía de desarrollo medio, como puede ser la española, viene presentando más o menos un equilibrio de tercios en los tres sectores y una economía muy desarrollada llega a ofrecer más de un 50 por 100 de la renta total en servicios, el fin de este siglo verá en los países más adelantados que la renta del sector industrial superará tres, cuatro o cinco veces la del sector agrícola, y, lo que es más importante, se estará preparando el paso a una economía en la que el sector servicios, que hoy en los países más desarrollados supera la renta del sector industrial, alcanzará un valor varias veces superior al del sector industrial y decenas de veces más que el sector agrícola.

Es importante, de entrada, el cambio de conceptos que supone, sobre la actual idea de una economía basada en una cierta simetría de los sectores, el paso a otra en la que el dinamismo del terciario supere al secundario y arrolle ampliamente al primario.

La economía de los servicios se configura, pues, a largo plazo como característica del desarrollo, como lo fue la agrícola en las economías antiguas y la industrial en nuestra era. Es tremendamente seductor y, por supuesto, de una gran posibilidad especulativa, pensar que incluso leyes económicas que fueron enunciadas inspirándose en desarrollos principalmente agrícolas, primero por Ricardo, y luego por los maestros clásicos del librecambismo, que tuvieron luego las modificaciones del pleno empleo, debidas al keynesianismo y a la escuela sueca, como necesarias para los grandes procesos industriales, habrán de sufrir profunda revisión cuando la economía de los servicios sea la que imponga su ritmo y dé su acento al entero desarrollo económico de los distintos países.

Anteriormente comentamos la profunda conexión entre el turismo y el desarrollo de los servicios; nos preguntamos ahora si no es significativo el crecimiento del uno como prueba de que su inserción en el otro no es algo que una pura coincidencia.

6.—Hipótesis final sobre el futuro.

El fenómeno turístico, con sus características actuales, es muy reciente, pero de acuerdo con las hipótesis que hemos apuntado, creemos poder afirmar que la onda de su desarrollo está simplemente en sus comienzos.

La correlación que en el aspecto económico hemos demostrado existe entre el turismo y la renta de cada país, renta que, sin excepción y salvo contingencias de corta duración, es siempre monótona creciente, y el hecho de la influencia de la madurez social, también en aumento constante, ofrecen unas características de expansión en el tiempo, con derivada positiva ambas, que aseguran un aumento mantenido de demanda turística.

El plazo de vigencia de la formulación ofrecida, salvo accidentes de porte mundial que la modificaran sustancialmente, se sale sin ninguna duda del fenómeno a corto plazo, del carácter de moda o de veleidad pasajera, para inscribirse en fenómeno de gran ciclo, como pudieron ser los de la formación de nacionalidades, el desarrollo del capitalismo o la emancipación colonial, para referirnos sólo a fenómenos modernos entre otros que han ido jalonando de fechas estelares de desarrollo el entero devenir de la Humanidad.

¿Cuál puede ser el momento de inflexión de la curva, la línea asintótica de saturación del fenómeno o incluso el punto de regresión? Como todo fenómeno de consumo, tendrá, a lo largo del tiempo, el trazo de una curva más o menos logística y puede también ofrecer su extinción. Pero, indudablemente, la fórmula comentada, con derivada también monótona creciente y positiva, no señala ningún punto de inflexión, por lo que podemos asegurar que solamente representa la primera rama de la curva. Los tramos de regresión o la asíntota de saturación se hallan tan lejos, dados los síntomas actuales, que el multiplicarse por cuatro, seis, diez veces el fenómeno presente, no solamente no es un disparate imaginativo, sino que estamos convencidos de que es algo con lo que hay que contar a partir de este momento.

El descubrimiento de la máquina de Watt difícilmente permitía intuir, en los balbuceos de la electricidad, que su consumo fuera a

convertirse ciento cincuenta años más tarde en la demanda más característica de la civilización industrial y en el coeficiente más representativo de su entero desarrollo, según los estudios de Collin Clark.

Pero esta pura hipótesis, débilmente apoyada en una curva cuyo comportamiento a largo plazo desconocemos, necesita quizá justificarse con otros argumentos de importancia análoga a la que queremos dar al fenómeno, y a ello, como culminación de cuanto hemos dicho, le dedicaremos las últimas páginas de este ensayo.

Para nosotros, el proceso turístico está inscrito en un movimiento de mucho mayor alcance dentro del desarrollo de la humanidad, porque la importancia que— en parte analíticamente y en parte intuitivamente— le hemos reconocido en este estudio nos obliga a que le busquemos unas razones más profundas que las simples motivaciones que de una manera inmediata conocemos hoy de él. Viene a ser así, lo que hoy denominamos turismo, sólo las primeras manifestaciones de un proceso de mayor alcance, a nuestro modo de ver análogo a los que motivaron en el pasado los grandes movimientos humanos sobre la faz de la tierra.

Uno de estos movimientos humanos de tipo migratorio creemos que está fundamentalmente basado en la búsqueda de fuentes energéticas baratas a lo largo de la era del proceso industrial. Toda la expansión económica que comienza a finales del siglo XVIII, para proseguir en el XIX y en el XX, marca, sin excepciones, un superior desarrollo económico de las regiones del norte y una fijación, de lo que pudiéramos denominar la civilización industrial, en estos lugares. El fenómeno se produce también a escala nacional. Sin excepción (ni en Italia, ni en España, ni en Portugal, ni en Francia, ni en los Estados Unidos de Norteamérica), la localización industrial se fija con mucha mayor intensidad en el norte del propio país, y si analizamos la diferencia de rentas, veremos que siempre las regiones septentrionales ofrecen mucho más volumen que las meridionales. Si el fenómeno lo analizamos también continentalmente, especialmente en Europa, donde todo el proceso de la industrialización ha quemado una a una sus etapas de desarrollo, veremos cómo son precisamente los países más septentrionales aquellos que ofrecen mayores niveles de renta y mayor industrialización por habitante.

Existe una razón clara: las fuentes de energía hidráulica han jugado un papel importante en toda la etapa industrial por producir energía más barata que el carbón con una explotación más simple, por lo que no es difícil comprender que el proceso industrial ha cristalizado allí donde el agua resulta más abundante y las mon-

tañas ofrecen mayores desniveles hidroeléctricamente aprovechables. Pues bien, en este proceso entendemos que se ha llegado a una etapa final y que desde el punto de vista geográfico, dentro del dinamismo que caracteriza los movimientos a lo largo de la historia del desarrollo, no es probable la continuación del fenómeno. Van a coadyuvar a un movimiento regresivo, a un desplazamiento de los centros de máximo desarrollo económico a lugares más cálidos, dos factores importantes: uno, que la energía nuclear sustituirá en un futuro, y con ventaja, estas fuentes hidroeléctricas de los países septentrionales que, por lo demás, están llegando a un punto de agotamiento; otro, el hecho de que en los países meridionales no solamente se encuentran estas casi inagotables nuevas fuentes de energía, sino que los avances tecnológicos, y muy especialmente los procesos de climatización industrial, hacen hoy agradable el trabajo fabril en estas regiones, en las que el clima, durante buena parte del año, pudo ser antes una rémora para la actividad.

Estos dos factores pensamos que pueden ser las razones inmediatas de la inversión del proceso de maduración económica en las regiones y países septentrionales, señalando el regreso en un próximo movimiento migratorio de la Humanidad hacia países templados.

Pero si las razones inmediatas son las comentadas, los medios materiales, los cauces prácticos de este gran movimiento los vemos representados por dos fenómenos ya actuales coadyuvantes a esta movilización: el primero es el gran excedente de renta que se está produciendo en estos países desarrollados, los cuales han superado hace tiempo esos niveles mínimos de 500 dólares. Este excedente, siempre en aumento, busca nuevas posibilidades de inversión que se dirigirán fatalmente hacia aquellos lugares en donde sea más útil y cómoda su explotación. Es un factor de excedentes utilizables.

El segundo es el complejo de evasión de un medio que resulta hostil a los humanos. La colonización industrial en estos países, en los que el clima era precisamente el factor desencadenante del desarrollo, se ha llevado a cabo con el sacrificio de sus habitantes. No hay que recurrir al hecho de que todas las civilizaciones antiguas, desde la china a la maya pasando por la babilónica, la egipcia o la romana, se asentaron no en las zonas frías, sino en aquellas alejadas por igual del Ecuador y de los Polos, porque eran las únicas que ofrecían las condiciones óptimas para la humana biología; y basta analizar hoy la vida en las ricas regiones septentrionales para comprender hasta qué punto, en aras del desarrollo industrial y gracias precisamente a éste, se han creado sólo unas condiciones artificiales para la vida y para justificar el indudable desajuste espiritual que se da en ellos, por la influencia de un medio hostil a las formas humanas

de vida. El complejo de evasión de sus habitantes hacia las regiones templadas es una constante que irá en aumento y no exactamente por puro panteísmo, sino por una necesidad fisiológica que es ahora, en los momentos de desarrollo económico y de surplus de renta, cuando pueden satisfacer.

Lo que pudiéramos llamar, pues, la gran onda, el gran ciclo cuyo período puede durar siglos, que marque el retorno del desarrollo a los lugares templados, encontrará su incitación inmediata en esas dos razones de lenta emigración a que hemos aludido.

El turismo lo vemos así, como la primera, tímida, primigenia manifestación de este gran movimiento secular. Los turistas que nos visitan, sin saberlo ellos mismos —por cuanto el ciclo en que están inmersos es muy superior al de la duración de sus propias vidas—, están conociendo, están detectando, están descubriendo los lugares en que indudablemente se asentarán muchos de sus descendientes.

La mecánica procesal no es difícil de intuir: la estancia de unas vacaciones hará repetir los viajes, las cantidades mayores de renta permitirán dedicar los surplus a la adquisición de un alojamiento propio para descanso, quizá los hijos puedan pasar temporadas mayores o aun educarse en países que les empiezan a ser familiares, quizá ellos mismos, o los nietos de los actuales, inviertan masivamente en nuestros países, dando con ello comienzo franco al proceso que vaticinamos. Pero mientras llega esta etapa culminante hay también motivaciones inmediatas que, al confirmar también la teoría, son una seguridad más de que es una serie de concausas, todas orientadas al mismo fin, la que crea este campo de fuerzas dentro del cual las resultantes coinciden todas al objetivo comentado.

Uno de estas motivaciones es la búsqueda del equilibrio económico internacional. Superada la noción mercantilista que situaba la riqueza de las naciones con el mismo sentido de la propiedad personal, la teoría de la posguerra reconoce que no es el excedente, sino el equilibrio en las balanzas de pagos el que puede garantizar la paz haciendo que las naciones poderosas propicien también la prosperidad de las que no lo son.

Las ayudas ingentes a países retrasados o depauperados, las ofertas políticas a otros (como en el caso del movimiento anti-colonialista alentado por los Estados Unidos) es una forma burda de esta búsqueda de mercados. Pero si el procedimiento de las ayudas y aun donaciones no es el adecuado, el sistema puede resultar perfecto cuando los surplus de los países ricos se vierten en los más retrasados por un procedimiento que, empezando en el puro turismo termi-

na en inversiones no puramente comerciales (con la intención de retirar a plazo breve capital y beneficios), sino con el deseo de considerar al país que recibe la inversión como propio del inversionista a todos los efectos.

El equilibrio económico entre los distintos países no tendrá otra solución que esta de vasos comunicantes, de inversiones basadas en aspectos humanos y no comerciales. Cualquier fórmula intermedia que se busque tendrá resultados tan contrarios y aun tan catastróficos como los que presencia, en el campo de apertura de mercados, nuestra actual generación.

El segundo motivo actual que abona este movimiento a largo plazo de asentar la nueva civilización, la civilización de los servicios, en las zonas que ocuparon tradicionalmente las civilizaciones agrícolas, es la aparición cada vez en mayor medida del ocio en la humanidad. La reivindicación al descanso es una constante, también creciente, a la que hemos aludido varias veces a lo largo de este ensayo y que no tendrá tampoco punto de reversión. Las posibilidades industriales y los niveles mayores de renta posibilitan un incremento del ocio, cada vez más deseable por parte de los países de nivel de renta elevado. Difícilmente estas cantidades mayores de descanso (por retiros cada vez más tempranos, por vacaciones cada vez más largas y más frecuentes) encontrarán en los países de gran industria una saturación adecuada. No son sus climas ni sus formas de vida las que proporcionan el descanso humano con más generosidad, con más intensidad, con más comodidad. La satisfacción del ocio no precisa artificios, sino que se orienta al puro disfrute de la naturaleza en las condiciones más cómodas posibles.

Debemos confiar plenamente que lo que hoy se denomina, quizá ya impropriamente, fenómeno turístico, va a alumbrar nuevas formas, nuevos sistemas y nuevas geografías vitales: el que España esté indudablemente señalada como uno de los países que pueden beneficiarse de este devenir es sólo un acto de la Providencia, a la que cotidianamente debemos agradecerle el designio, rogándole nos conceda suficiente acierto para aprovechar nuestras posibilidades de la manera más útil y de mayor contenido social.

R É S U M É

JUAN DE ARESPACOHAGA Y FELIPE: **Hypothèses sur le phénomène touristique.**

Le phénomène touristique apparaît comme le plus caractéristique à l'époque actuelle avec sa double importance, social et économique; dans le premier aspect le plus important sont les résultats éducatifs, égalisation de classes et rapprochement, dans le second, le rôle décisif qu'il joue dans plusieurs pays pour lesquels il constitue le principal secteur de revenu.

Dans l'aspect quantitatif on apporte ici une nouvelle formule mathématique, en englobant le niveau de rente de divers pays, leur degré de maturité sociale, et sa capacité productrice de tourisme en déduisant que nous nous trouvons très loin des points de saturation du phénomène touristique et en conséquence on doit considérer celui-ci comme un procès de la plus grande importance dans l'histoire de l'Humanité; procès qui se trouve dans un retour des civilisations les plus avancées économiquement aux climats tempérés originaires qui après des siècles verront dans le futur un reflourissement des lieux autrefois choisis.

C'est pour cela que le tourisme représente les premiers balbutiements du reajustement actuel de l'Humanité, dans la certitude qu'il ne s'agit d'un phénomène transitoire mais de possibilités insoupçonnables dans la nouvelle étape d'Espagne.

S U M M A R Y

JUAN DE ARESPACOHAGA Y FELIPE: **Hypothetical accounts on the tourist phenomenon.**

The tourist phenomenon appears as the most characteristic of the present generation with its double importance: social and economic; in the first place, the educational results are evident, levelling of classes and personal understanding and in the second, the decisive role played within many countries as the leading source of income.

In the quantitative aspect a new mathematical formula is shown, embodying the level of revenue in different countries, its social maturity and its productive capacity for tourism deducing that we are very far from the saturation point of the said tourist phenomenon, for which this must be considered as a process of great importance within the history of Humanity; a process which is centred around a return of the more economically advanced civilisations to primitive temperate climates, which after some centuries will see a reflourishing in the future of the places chosen in other ages.

Consequently, tourism represents the first signs of the present readjustment of Humanity, overcoming the idea that it is perhaps only a passing phenomenon but with unsuspected possibilities in the new step for Spain.

ZUSAMMENFASSUNG

JUAN DE ARESPOCHAGA Y FELIPE: **Hypothese über den Fremdenverkehr.**

Es erscheint das Phänomen Fremdenverkehr als eines der bezeichnendsten der augenblicklichen Epoche, mit doppelter Bedeutung, der sozialen und der wirtschaftlichen; beim ersten Gesichtspunkt fallen die erzieherischen Ergebnisse ins Auge Angleichung der Klassen und Zusammenleben, und beim zweiten die entscheidende Rolle, welche es in vielen Ländern spielt, wo es für diese den hauptsächlichsten Untersektor des Staatseinkommens bildet.

Für den quantitativen Gesichtspunkt stellt man eine neue mathematische Formel heraus in dem das Niveau des Staatseinkommens in den einzelnen Ländern, ihre soziale Reife und ihre produktorische Leistungsfähigkeit in Hinblick auf den Fremdenverkehr umfasst wird, und wovon man ableitet, dass wir uns noch weit entfernt von den Sättigungspunkten des Phänomens Fremdenverkehrs befinden, und weshalb man diesen als ein Geschehen von grösster Bedeutung innerhalb der Geschichte der Menschheit zu betrachten hat; ein Geschehen, welches in der Rückkehr der wirtschaftlich gesehen am weitesten entwickelten Zivilisationen in die ursprünglichen wärmeren Klimazonen wurzelt, und welche nach einer Dauer von Jahrhunderten in der Zukunft ein Wiederaufblühen Stätten vergangener Zeiten sehen.

Folglich stellt der Tourismus die ersten Schritte des augenblicklichen Wiederausammenfindens der Menschheit dar und überwindet die Idee, dass es sich um vielleicht vorübergehendes Phänomens handelt, aber mit ungeahnten Möglichkeiten für den neuen Abschnitt Spaniens.