

EL TURISMO EN ESPAÑA

BALANCE Y PERSPECTIVA

Por
MANUEL FRAGA IRIBARNE

1. EL TURISMO COMO REALIDAD COMPLEJA Y AVASALLADORA DE ALTA RENTABILIDAD POLÍTICA

Entre los rasgos salientes de la sociedad actual en la manifestación cotidiana de la coexistencia universal, en la actitud ante otros pueblos y otras civilizaciones, habría que terminar buscando en el fenómeno llamado "turismo" la clave de una serie de reacciones e impresiones que forman la óptica actual de relación entre grandes masas de población. Existe todo un conjunto de hábitos, actitudes y vivencias que se configuran en lo que algunos sociólogos empiezan a denominar "civilización del ocio o del descanso", en una sociedad caracterizada por la abundancia de medios económicos, que permiten, e incluso impulsan, a la programación del asueto sobre la base del desplazamiento a otro u otros países.

Sin que ello suponga menosprecio u olvido de la significación del turismo en períodos anteriores, cabe afirmar que como fenómeno social y económico de gran importancia constituye una característica destacada de los tiempos presentes y, en especial, del período que comienza una vez terminada la reconstrucción de Europa en la última posguerra.

Es entonces cuando el turismo irrumpe como fenómeno de masas, saltando por encima de las fronteras nacionales con importante repercusión, tanto desde el punto de vista sociológico como desde el económico. En el primer aspecto, el turismo sirve a un mejor conocimiento entre los pueblos, y podemos afirmar que constituye, en el momento presente, el principal de los factores positivos en la creación

de una conciencia occidental y, aun más todavía, en el renacer de la idea de una unidad europea perdida con el nacimiento de los Estados modernos.

En definitiva, esta realidad social llamada turismo participa, en forma compleja, de numerosas motivaciones, donde se escalonan desde la evasión pura y simple hasta la ilustración y enriquecimiento del horizonte personal, pasando por la profilaxis e incluso la terapéutica del espíritu, sometido a la presión de la monotonía cotidiana y a la standarización de la diversión.

La forma de manifestarse este impulso en la sociedad civilizada actual, como conjunto, es arrolladora. Observando las corrientes del turismo, aun sin salir de Europa, es fácil percatarse del volumen asombroso del flujo humano que abandona temporalmente sus países de origen en un ansia incontenible de hacer cambiar su horizonte mental al compás que hacer variar el geográfico. Esta conducta podrá traducirse, las más de las veces, en una percepción puramente epidérmica del país visitado; pero, en todo caso, interesa destacar su vigencia como modo de producirse de la sociedad actual, cuyas repercusiones económicas, humanas e incluso políticas no se ocultan a nadie.

1.1. *Su evolución.*

El fenómeno del turismo obedece a una expansión económica de los países desarrollados que lleva aparejado un aumento en las rentas personales de sectores cada vez más amplios de la población. Coincidiendo con la "revolución" en los transportes y el perfeccionamiento en las vías de comunicación, el hombre de hoy, el empleado, el funcionario, el profesional, el comerciante, el productor, el estudiante, solos o en familia, van teniendo acceso a lo que hace unos lustros era privativo de una clase privilegiada. La propensión al viaje se ha generalizado a medida que se ha impuesto la "economía de bienestar", y con ello ha nacido una industria, diversificada en sus manifestaciones, pero típica en cuanto procura la satisfacción de esa realidad social y económica que es la inclinación a viajar.

La evolución en la forma de manifestarse esta nueva realidad, quizá quede caracterizada por el hecho apuntado, de haberse pasado

de la idea de lo superfluo, patrimonio de unos pocos, a la necesidad, ampliamente sentida como reacción frente a la limitación que supone el marco actual de nuestra civilización industrial y urbana. Al viajero romántico, individualizado, ha seguido el grupo guiado, la excursión colectiva. El solitario cazador de paisajes, combatiente de su propio tedio, ha sido desbordado —por la fuerza de las circunstancias— por el hombre-masa con vacaciones retribuidas, viaje a “forfait” e itinerario prefabricado.

Refiriéndonos a España, durante el período 1951-1958, el ritmo de aumento en el número de viajeros que nos visitaron fue del 16 por 100 acumulativo anual, pasando al 24,6 por 100 para el comprendido entre los años 1958-1962. Las cifras correspondientes a los diez primeros meses del año 1963 señalan un aumento del 23,3 por 100 respecto a igual período del año anterior; es decir, que se mantiene prácticamente la fuerte velocidad de crecimiento del último quinquenio.

1.2. *Su dimensión.*

Dentro del mapa de la Europa actual, y gracias a una conjunción feliz de factores de atracción, nuestra Patria se ha convertido en un objetivo particularmente buscado. Las naciones del norte y centro —protagonistas de una evolución económica acusada— han visto aumentado su nivel de vida de forma que han convertido el viaje al sur en uno de sus hábitos. Con una moneda fuerte, un apetito incontenible de sol y tranquilidad y unos medios de transporte cada vez más perfeccionados, han hecho de nuestro solar, especialmente de nuestras dilatadas costas y playas, su hogar circunstancial de esparcimiento y vacación, de descanso y recuperación.

Esta especie de migración estacional ha producido —muchas veces apresuradamente— una adaptación de las nuevas situaciones que, por improvisada, resulta en muchas ocasiones poco satisfactoria y nada concluyente, como veremos. En todo caso, ha transformado zonas enteras de nuestra geografía económica y humana. En el año 1931 no llegaban a 200.000 los extranjeros con pasaporte que se desplazaban a nuestro país. Tras el colapso impuesto por la Guerra de Liberación, la Mundial y su posguerra, comienza, a partir de 1946, una progresión ininterrumpida, que a partir de 1951 rebasa por pri-

mera vez el medio millón de turistas en el sentido estricto; es decir, de extranjeros provistos de pasaporte. En los once primeros meses del año 1963 el número de personas que nos visitaron ha rebasado ya los diez millones, cifra que constituía la meta de nuestra más ambiciosa previsión para la totalidad de dicho año.

El turismo, por consiguiente, como sector de la vida española, ha ganado su mayoría de edad y se ha implantado en todas las mentalidades como hecho incontrovertible.

1.3. *Su proyección política.*

Es preciso no olvidar que en la sociología se halla una razón básica de la política, y en este aspecto no precisa de especial demostración la importancia política de los movimientos turísticos. Los mismos permiten un conocimiento personal y vivo de la realidad de los distintos pueblos y, por consiguiente, tal conocimiento deja un margen reducido —y aún muchas veces la hace imposible— a la manipulación política de la opinión pública en contra de determinados países o formas de gobierno. En tal aspecto, el caso español constituye un ejemplo demostrativo de la mayor importancia, por cuanto es preciso reconocer, como mérito del turismo, el haber permitido a una masa, cada vez mayor, de europeos el conocimiento directo de la realidad española, muy diferente de las imágenes tendenciosas con que la representaban en sus propias patrias una gran parte de los órganos de opinión.

Ha de verse, por tanto, en este mejor conocimiento de España que el turismo ha hecho posible, la base del rotundo fracaso de las últimas campañas de desprestigio de nuestro país. De ahí el interés en determinados sectores de la política extranjera por dificultar y combatir el auge cada vez más incontenible del turismo hacia España.

Y es preciso recordar a este respecto que la etapa del turismo como fenómeno de masas no llega a España, prácticamente, hasta la última posguerra y, fundamentalmente, a partir del año 1955, cuando ya estaban en pleno desarrollo turístico países como Francia, Italia, Suiza y Austria, si nos limitamos únicamente a los más característicos del occidente europeo.

2. EL TURISMO, PROTAGONISTA DESTACADO DEL DESARROLLO ECONÓMICO.

Los procesos de desarrollo económico son, en nuestros días, tema de general preocupación. Su marcha acelerada viene a significar una revulsión del organismo total de la economía y comportan una puesta a contribución de todas las reservas y posibilidades en un impulso que puede conmover antiguas estructuras.

El concurso del turismo en esta sacudida vital resulta, por su propia esencia, singularmente apto para proporcionar en esas etapas críticas una especial cooperación activa que desahoga a sectores completos comprometidos existencialmente en el drama.

Por sus propios imperativos —como veremos a continuación—, el turismo responde perfectamente a las exigencias de todo proceso de crecimiento. Así, pone en actividad nuevas fuentes de riqueza al obtener una alta rentabilidad de los atractivos que ofrece a la contemplación y disfrute de los visitantes; produce bienes y servicios a unos costes comparativos favorables, en base, precisamente a la falta de desarrollo total del país, reflejada en los niveles relativos de costes y salarios; exige la aportación de capital que —tratándose principalmente de equipo infraestructural— se impone en todo caso por el propio hecho del desarrollo; puede contribuir al crecimiento equilibrado desde el momento que por su concurso existe la posibilidad de activar zonas carentes de otros recursos; es fuente importante de empleo y ocasión oportuna de enriquecimiento del horizonte social, y, finalmente, en la óptica cruda, pero insoslayable, de la balanza de pagos, produce un “ingreso neto” que contribuye como protagonista destacado a financiar el propio desarrollo.

2.1 *La “oferta” y la “explotación” turísticas.*

En primer lugar, y para caracterizar la importancia del turismo extranjero en el conjunto de la economía mundial, bastará señalar que, según los datos disponibles para 1962, el turismo extranjero en los diferentes países del mundo ofrece un volumen de ingresos —en sus respectivas balanzas de pagos— de 8.000 millones de dólares, es

decir, prácticamente un cifra igual a las tres cuartas partes de la renta total española.

El turismo extranjero, por consiguiente, es un factor sumamente importante, y en especial para los países occidentales, por cuanto hemos de tener en cuenta que 5.700 millones de dólares de los 8.000 antes indicados corresponden a los países de la O. C. D. E., cifra que queda reducida a 3.200 millones si se descuenta la parte correspondiente a U. S. A. y Canadá.

La posición comparativa española queda reflejada al indicar que en 1962 España alcanza ya el *segundo lugar* entre los países europeos en orden al número total de turistas. Los movimientos turísticos presentan como característica muy singular su acusado carácter estacional, lo que afecta de modo importante al nivel de rentabilidad de las inversiones en este campo y, en especial, de las inversiones hoteleras. Pese a los esfuerzos que se realizan en todo el mundo para lograr un nivel de demanda más uniforme, ésta ofrece una punta muy acusada en los meses de julio y agosto para todos los países de nuestro hemisferio.

En España es agosto el mes de máxima afluencia turística, y en él se concentra algo más de un 20 por 100 de la total entrada de viajeros. Si consideramos todo el período veraniego, veremos que, en los tres meses que abarca el mismo, España recibe prácticamente el 50 por 100 del total anual de visitantes, lo cual pone de manifiesto la importancia del período de vacaciones dentro del total de nuestro turismo.

La acusada estacionalidad de la demanda incide claramente sobre las condiciones en que se desarrolla la explotación de las industrias turísticas en general, y de la hotelera en particular.

El distinto tipo de demanda —determinada principalmente por las zonas geográficas— introduce un aire distinto, según predomine en la zona el turismo de paso o bien el turismo de estancia media o larga.

La rentabilidad privada de las inversiones hoteleras es función, principalmente, de su índice de ocupación, es decir, del número de

pernoctaciones por plaza disponible a lo largo del año. Es conveniente poner de manifiesto que la ocupación media de nuestras instalaciones hoteleras sólo llega a la cifra de 148 pernoctaciones por plaza, con variaciones importantes, según sea la categoría del hotel o según la localización del mismo.

Estas circunstancias, derivadas del carácter estacional de los movimientos turísticos, pone de manifiesto que la actividad de la industria hotelera, y por extensión de la industria turística en general, es una actividad poco uniforme a lo largo del año. Dicha circunstancia ha sido tenida en cuenta en el nuevo sistema de fijación de precios hoteleros, puesto en vigor a finales del pasado año, y deberá ser considerada principalmente a efectos laborales y fiscales en un próximo futuro.

La industria turística es industria exportadora. A niveles semejantes en cuanto a inversión, es probable que existan pocas esferas de actividad tan productivas en divisas extranjeras como el turismo.

El "ciclo de producción", valga el término, se muestra en el turismo más alcanzable, más breve que en otras actividades industriales. Las "primeras materias" que dan pie a esa "puesta en producción" son, en el caso del turismo, venturosamente abundantes en nuestro país. No tributa, además, el turismo en grado extremo de otras actividades complementarias. Exige, eso sí, unas condiciones infraestructurales *mínimas* que, por otra parte, son condición irrenunciable a la vista de nuestro desarrollo general. Crea, como industria prestataria de servicios, muchos puestos de trabajo especializado y motiva activación en numerosas industrias complementarias.

2.2. *La Balanza de Pagos.*

Es en este dominio donde el turismo gana, en países como el nuestro, una importancia decisiva, pasando, como he dicho, a ser protagonista destacado del Plan de Desarrollo. Estando en el camino de lograr este desarrollo y precisando por ello de un importante caudal de aportación de divisas, el turismo —generosa fuente de esta savia esencial— es providencialmente la palanca que mueve en esta etapa transitoria toda la máquina de nuestra economía. Con su con-

curso son posibles inversiones a plazo medio y largo, renovaciones de material y equipo, grandes obras de infraestructura que garanticen nuestro futuro. Por ello, resultaría demasiado arriesgado juzgar con ligereza su papel, subestimando su significado.

Por el volumen de ingresos por turismo en las respectivas balanzas de pagos, España ocupó el pasado año el séptimo lugar entre todos los países del mundo. La situación evoluciona tan rápidamente, que podemos afirmar, con casi absoluta seguridad, que en el presente año, de este séptimo puesto mundial, pasaremos a ocupar el cuarto lugar en el volumen total de divisas ingresadas por turismo, y aun es muy posible que disputemos a Francia el tercer puesto en esta clasificación general.

Si en vez de considerar sólo los ingresos turísticos consideramos el saldo de la balanza turística, es decir, la cifra de ingresos menos gastos, entonces España ocupa ya el segundo lugar, siendo superada tan sólo por Italia, cuyo saldo turístico en 1962 fue de 723 millones de dólares, aproximadamente un 50 por 100 superior a la correspondiente cifra española.

El año 1960 se cerró con un aumento de las reservas de 460 millones de dólares, y el 67 por 100 de dicho superávit fue aportado por el sector turístico, y por tanto, en la cuenta de éste debe contabilizarse la parte más importante de las reservas acumuladas.

El año 1961 ofrece un superávit de 371 millones de dólares en la balanza de pagos, de los cuales un 87 por 100 los provee la balanza turística, con una cifra positiva de 333 millones de dólares. Si queremos contemplarlo de otro modo, podemos decir que los ingresos del turismo fueron suficientes para financiar el déficit de la balanza comercial y dejar un remanente positivo de 44 millones de dólares.

El deterioro de la balanza de mercancías iniciado en 1961 se agudiza en 1962, año en que el déficit alcanza ya 708 millones de dólares. El superávit turístico de 466 millones de dólares cubre, por tanto, el 66 por 100 de dicho déficit. Es también al sector turístico al que cabe adjudicar gran parte de la liquidación favorable de la balanza

de pagos, o sea, del aumento de nuestras reservas en dicho año, que alcanza 208 millones de dólares.

En el año 1963 —y dentro de la seguridad que nos puede dar una previsión basada sobre los datos ciertos de los tres primeros trimestres— podemos afirmar que los ingresos por turismo igualarán al 93 por 100 del valor total de nuestras exportaciones, serán dos veces y media superiores al valor de la exportación de productos agrícolas, al mismo tiempo que financiarán, prácticamente, las importaciones de bienes de equipo.

Sin que ello suponga afirmar que el turismo sea el único protagonista en la constitución de nuestras reservas, sí queda claramente demostrada la importancia fundamental que ha tenido dicho sector a tales efectos y cómo ha desempeñado un importante papel en el aumento de nuestras posibilidades de importación. Si tenemos en cuenta que es en el renglón de bienes de equipo en el que se ha operado fundamentalmente el aumento de las importaciones, se establece de un modo natural la consideración de que el turismo extranjero en España constituye el más importante medio de financiación para nuestro desarrollo y modernización industrial.

Hay que considerar que tal situación preponderante del turismo dentro de la balanza de pagos española no es un mero factor coyuntural de los cuatro años a los que hemos pasado revista.

Las previsiones que figuran en el Plan de Desarrollo para el próximo cuatrienio mantienen que los ingresos totales por turismo serán durante todo dicho período prácticamente iguales al valor global de las exportaciones, y que el saldo de la balanza turística permitirá absorber las dos terceras partes del déficit previsto en la balanza comercial. Tales previsiones han sido posibles, por cuanto pensamos —con suficiente garantía de certeza— que los ingresos por turismo seguirán creciendo en los próximos años, pasando de los 700 millones de dólares que este año se espera alcanzar, a la cifra de 1.060 millones de dólares en el año 1967.

No cabe duda de que la meta es ambiciosa, pero tampoco debe haber duda de que es posible alcanzarla. Los ritmos de crecimiento

previstos son inferiores a los del último quinquenio y han sido adoptados con un criterio de ponderación, sin caer en optimismos que pueden ser invalidados por la realidad. Podemos asegurar que nos hallamos lejos de llegar a una saturación del turismo extranjero, tanto por la capacidad de los países de origen, en los que se mantiene una coyuntura sostenida de prosperidad económica, como por los atractivos naturales que ofrece España como país receptor de tales corrientes, siempre que se complementen los mismos con las necesarias instalaciones y servicios precisos para atraer y consolidar las corrientes turísticas de los próximos años.

2.3. *Las zonas turísticas.*

El turismo, fenómeno social, tiene lugar sobre un asiento físico, ambiental, ecológico. La idea de lugar o estación turística va dejando paso a la noción más compleja de zona turística. Nuestra reciente historia turística se ha producido ya en varios capítulos de activación inaudita de zonas, y al hacerlo ha puesto de relieve los peligros de la improvisación, nuestro gran defecto temperamental, a veces trocado en virtud decisiva.

No es lícito entregarse en nuestros días al solo impulso de la inspiración, cuando se trate de equipar una zona en vistas a su promoción turística. La idea de la coordinación debe presidir estos empeños, y olvidarla o desconocerla puede resultar en una incapacidad de los servicios generales y en un nacimiento defectuoso de las nuevas concentraciones de recepción de turistas.

Hay zonas naturalmente dotadas para convertirse en turísticas, pero cuyas posibilidades no están maduras. Desencadenar en ellas un estímulo de iniciativa en forma o en tiempo inoportunos puede inhabilitarlas, retrasar o mermar sus posibilidades futuras.

La situación existente dista mucho del óptimo aprovechamiento de nuestros recursos turísticos. Aunque se mantuviera el ritmo de crecimiento en la afluencia turística, existen grandes y ricos sectores del territorio nacional que con un mínimo de concentración de equipo y de ordenación con vistas al turismo pueden aumentar considerablemente nuestro activo.

No se trata, al hablar de desarrollo de zonas, de un problema que no haya surgido en los diferentes países por motivo del turismo. El acondicionamiento del territorio con vistas a un crecimiento vegetativo de la población es algo que preocupa a todos los Gobiernos, sobre todo en países que, como el nuestro, sufren los efectos de un desigual reparto de la riqueza natural y de la industrialización. Pero es incuestionable que ha sido el turismo lo que ha revelado la urgencia en la ordenación de las zonas de nuestra geografía, actuando como una especie de catalizador en torno al cual se han situado una serie de problemas pertenecientes a las competencias, actividades y sectores más dispares.

La coincidencia de que nuestra oferta resulta insuficiente para la demanda que espontáneamente nos asedia, y la que es legítimo esperar en vista de un esfuerzo propagandístico de gran alcance, obliga a tomar posiciones en cuanto a planear con sentido cauto pero decidido la puesta en actividad de zonas y centros a los que atribuye un interés turístico, dando a este quehacer el rango de una Ley —que va a ser sometida a la consideración de estas Cortes—, gracias a la cual se pueda mirar con confianza al futuro, desechando los temores derivados de la improvisación, que puede causar pérdidas irreparables, anulando importantes atractivos turísticos por la prisa excesiva, la falta de medios —principalmente administrativos— o la ausencia de una adecuada coordinación a nivel departamental, provincial o local.

El suelo turístico necesita en muchos casos ser creado, o al menos "recreado", y su acondicionamiento y ordenación envuelve cuestiones innumerables desde su propia adquisición hasta su total urbanización, cuestiones que, dado el carácter febril del "boom" turístico, pueden desvirtuarse ante la idea de la especulación exacerbada. Problemas de servicios que atañen a la Administración central o a las Corporaciones Públicas concurren en estas nuevas zonas en transformación. Exigencias de defensa del paisaje y de salvaguardia de los conjuntos históricos, artísticos o monumentales por los que hoy se muestra en todo el mundo una aguda preocupación ante la amenaza urbanizadora igualitaria y anodina. En definitiva, una nueva mentalidad que contempla de modo simultáneo, pero claramente diferenciado, las diferentes facetas del desarrollo de la

comunidad en vista a su propio asiento y a la recepción de contingentes humanos del interior y del exterior, que en esta Ley que ahora se propone quedarán por primera vez planteados de modo metódico, para que, en la práctica, los diferentes Organismos implicados puedan entregarse a una labor coordinada y constructiva, que asegure, con el mayor grado de previsión, el futuro de aquellas partes de nuestro suelo.

3. EL TURISMO, FACTOR IMPORTANTE DE PROMOCIÓN SOCIAL.

Nacido de la propia circunstancia de nuestra sociedad contemporánea, el turismo ejerce en su manifestación humana directa un papel estimulante de los grupos a los que pone en contacto, acción cargada de todo tipo de valoraciones, *negativas* algunas, por la propia extemporaneidad y falta de correspondencia de visitantes y visitados, y por la propensión al sentido imitativo y artificioso que provoca, y *positivas* otras, por traducirse en una ventana abierta sobre inercias, muchas veces fatalmente involucionadas, a las que destruye. Resulta necesario dar al turismo un papel de factor de estímulo y promoción social, a la par que se vela por conjurar las reacciones negativas que pueda entrañar.

En dos vertientes diferentes puede examinarse el aspecto social del turismo: De un lado, como nueva fuerza que permite la adaptación de sectores importantes de la población, a nuevos puestos de trabajo que dilatan el horizonte económico del empleo; de otro lado, viendo en el turismo, y más particularmente en el *turismo interno*, uno de los modos de ser y de hacerse de la familia y la sociedad actuales.

3.1. *Nuevos horizontes.*

La vida local española, como la de otros muchos países sometidos al influjo del fenómeno turístico, se ha visto sorprendida en los últimos años por una serie de estímulos y realidades que en muchos casos han terminado transformándola. No es sólo el problema cualitativo de la población nacional o extranjera asentadas temporalmente en un recinto humano, con todo lo que de anómalo tiene esta convivencia para la psicología del lugar. Se trata, una vez

asimilada y comprendida la magnitud del fenómeno, de un cambio cualitativo en el panorama psicológico-social de la comunidad y, desde luego, de un factor nuevo en la economía prevaleciente sobre el grupo. Así, junto a las condiciones impuestas por el turismo en el campo macroeconómico, podemos hablar, a justo título, de la transformación operada en las economías locales y regionales por su concurso.

En términos de producto nacional neto, un cuarenta por ciento del mismo corresponde al sector Servicios. Dentro del mismo, el turismo engloba la primordial componente de nuestra estructura económica en ese campo. En su cuantía absoluta es comparable a otros países, tales como Alemania, Bélgica, Italia e incluso Francia. No obstante, en esos países el sector industrial manufacturero se destaca con una relevancia comparable a ese porcentaje, mientras que en España es notablemente inferior.

Tal situación, es cierto, se encuentra en vías de evolución, a medida que el Plan de Desarrollo alcance toda su aceleración. Pero, en todo caso, queda como hecho incontrovertible que de ese sector Servicios, y deducido (aun con reservas) los Transportes y Comunicaciones, que representan un seis por ciento aproximadamente, una gran parte se refiere a las diversas actividades y empresas que de una u otra forma tienen que ver con el turismo.

La población activa existente en el sector más estrictamente turístico, industria de restaurantes y alojamientos, alcanza cada año incrementos espectaculares, siendo así que sigue existiendo escasez de mano de obra especializada. Si nos detenemos a contemplar el ritmo de construcción de alojamientos de todo tipo, así como la apertura de restaurantes e industrias afines, la cifra de los españoles que hacen de actividades directamente turísticas su medio de vida representará, dentro de la población activa española, un porcentaje francamente sustancial.

El carácter del turismo, del que son tributarias una serie numerosa de industrias y actividades de toda índole, obliga a pensar que, desde el punto de vista laboral, el derrotero que tome su evolución afecta ya a una zona muy considerable de nuestra población traba-

jadora y a un sector cada vez más numeroso de profesionales de la gerencia empresarial.

Trasladada esta realidad al terreno de las zonas en fase de desarrollo y pensando que en no pocas ocasiones no coincide la riqueza natural de la misma con sus posibilidades turísticas, habrá que concluir admitiendo que, una vez más, el turismo tiene algo de providencial.

Naturalmente, esa capacitación para atender los nuevos puestos de trabajo que abre el turismo es tema objeto de atenciones por parte del Gobierno, y, dentro del Plan de Desarrollo, en los capítulos correspondientes, ha merecido un lugar destacado.

3.2. *Turismo social.*

El paso del lujo a la necesidad en la escala masiva que caracteriza al turismo en los momentos actuales habla por sí mismo del carácter social, exponente de nuestros tiempos, que en este campo se acentúa poderosamente. La vacación, el descanso, la recuperación del trabajo en el cuadro de la familia, son postulados que muy pocas naciones se atreven ya a ignorar. A medida que la motorización, la industrialización y el trabajo en sus diversas manifestaciones sus-traigan a la vida familiar nuevas horas, las vacaciones serán una coyuntura óptima para suplir con sentido edificador el sosiego que puede faltar en nuestra cultura urbana abocada al frenesí.

El turismo social y asociativo, por consiguiente, puede ser, a la vez que una aportación al fortalecimiento de la vida familiar, una aspiración ya en gran parte cumplida, pero a la que los Organismos interesados dedican todos sus esfuerzos para que se haga una realidad para todos, a despecho de cortapisas económicas.

Esta preocupación, que es universal, ha calado no solamente en la mentalidad oficial de los Departamentos gubernamentales, a los que podría corresponder por razón de la materia, sino en las estructuras y política de personal de las empresas privadas, convencidas no sólo por una exigencia de relaciones humanas saludables, sino

por una constatación efectiva de los favorables resultados prácticos de poseer un personal psíquicamente maduro y equilibrado.

Pero es que además, en el orden general de la demanda turística, el turismo social es particularmente apto para ser orientado en el tiempo y en el espacio, contribuyendo de manera decisiva a mitigar uno de los principales problemas que tiene planteados el turismo, a saber, el de la estacionalidad. La diversidad de precios en los establecimientos hoteleros y la utilización de unos precios marginales con vistas a una promoción fuera de temporada debe comenzar a operar eficazmente en los planes de aquellas empresas que unen a una experiencia técnica un convencimiento del papel que socialmente deben jugar.

4. TIEMPOS NUEVOS, ARMAS NUEVAS.

La aceleración del propio fenómeno turístico ha tenido lugar a un ritmo que ha desbordado cualquier cauce previsto. Utilizar ante esta realidad una mentalidad de escala reducida significa exponerse, con grave perjuicio de los intereses generales, a ver alejarse sin beneficiarse plenamente de ella, una providencial oportunidad difícilmente repetible.

Es posible que, a largo plazo, la balanza turística llegue a caracterizarse en su significado económico por un equilibrio, al abrirse nuestros ciudadanos a nuevos niveles de bienestar económico y, con ello, a nuevas necesidades, entre las que destaca el viaje al exterior. Es previsible, y deseable, que andando el tiempo se llegue incluso a un aumento del "autoconsumo" en el aspecto turístico. Lo que es incuestionable es que los tiempos nuevos, el "hoy" de nuestras inquietudes tiene que contar con el imperativo del turismo y con la evidencia de que el turismo no espera para alcanzar su plena realización a que se resuelvan situaciones seculares de subinversión y de penurias estructurales de base.

4.1. *Lo que tenemos.*

Se ha especulado abundantemente sobre los factores de crecimiento del turismo en nuestra Patria, y más o menos se ha llegado

a establecer unos cuantos polos de atracción, a quienes se ha asignado la explicación de la favorable situación por la que atravesamos.

Poseemos, por la gracia de Dios, un territorio continental e insular atractivo en su variedad, de gran contraste con el resto de los países, y dotado en la mayor parte del año de un clima benigno y de una luminosidad envidiada.

Un extenso repertorio de alicientes paisajísticos naturales, una dilatada línea litoral con playas abundantes y, en general, una geografía de intenso carácter, sirven de base a un panorama humano, a un ambiente urbano y monumental, que cautivan poderosamente el interés de los que nos visitan. Nuestra propia cultura multiforme ha configurado una serie de encrucijadas, de hogares y crisoles históricos que sin temor al tiempo continúan ilustrando elocuentemente a los espíritus cultivados.

Disfrutamos de una Paz interior que, frente a un mundo en general convulsión, hace que resalte enormemente su valor como singular atractivo; una paz que, en los umbrales de su XXV Aniversario, merecería de cada español la íntima y diaria gratitud hacia el hombre providencial que la ha hecho posible.

Tenemos, por la gracia de Dios, un pueblo que desde el más alto al más bajo, desde la más elevada condición a la más humilde y en todos los lugares de la geografía patria, se diría que posee, como sentido innato de su propia personalidad, el secreto de esa hospitalidad hidalga, generosa, genuinamente española que, por no ser frecuente en otras latitudes, cautiva especialmente a quienes nos visitan.

Participamos de la comunión física con Europa, a la vez que damos la mano a Africa y avanzamos hacia América. Las grandes líneas de comunicaciones trasatlánticas cuentan o pueden contar a nuestros puertos y aeropuertos entre sus escalas naturales.

Junto a ello, una vecindad abundante de naciones en pleno desarrollo, con contingentes cada vez mayores de ciudadanos con me-

dios económicos e incluso materiales de transporte y con actitudes mentales abiertamente inclinadas al viaje.

En breves palabras, contamos con una demanda presente y potencial que muy fácilmente puede llegar a los diecisiete millones de visitantes en cuatro años.

Para acoger esa demanda poseemos una capacidad de alojamiento en perpetua y decidida evolución. No olvidemos que siendo el turismo masivo algo nuevo en nuestro horizonte nacional, nuestro punto de arranque fue muy difícil. Así, aun en 1960, nuestra capacidad hotelera era inferior a Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Portugal y Suiza.

Desde aquellas fechas las cifras de nuestros alojamientos se han acercado sustancialmente, aunque sin alcanzarlos todavía, a los mínimos exigidos por el aumento anual del turismo no sólo receptivo sino interior.

En términos generales, se ha registrado en el último año una inversión de más de cuatro mil millones de pesetas en alojamientos. La iniciativa privada ha sabido hallar en esta parcela de la actividad un campo de acción que ha permitido situar nuestra planta hotelera en un nivel de calidad y de precios que causa la envidia de nuestros competidores.

El Estado, por otra parte, estimula esta política, bien como gestor directo de su propia cadena de establecimientos, que abren nuevos caminos a la visita, o indirectamente concediendo préstamos dentro del sistema del Crédito Hotelero, que hasta hoy alcanza una cifra cercana a los mil quinientos millones de pesetas desde su creación en 1943. Con este último instrumento de ayuda se ha facilitado la construcción de más de veinticinco mil nuevas habitaciones.

Sin embargo, en éste, como en otros aspectos de nuestra evolución turística, la realidad arrastra a la propia teoría y a la política. La hospitalidad en sus realizaciones prácticas encierra no ya la idea del establecimiento hotelero en sus variedades clásicas, sino toda una gama, aún no completa, de manifestaciones, en donde se cuentan

ciudades al aire libre dedicadas a las vacaciones y con un claro contenido social, acampamentos turísticos, alojamientos no hoteleros, así como toda la línea de restaurantes, hosterías, cafeterías y otros establecimientos similares, cuya promoción es igualmente importante en el acondicionamiento de nuestro territorio y que, por consiguiente, desde el punto de vista de la ayuda crediticia oficial, merecen poder recibir el apoyo necesario para que puedan desarrollarse en las condiciones de calidad e instalaciones más cuidadas.

La repercusión que este sector —unido al hotelero tradicional— representa en cuanto a esfuerzo inversionista es bien evidente, como lo es la insuficiencia de los fondos para préstamos oficiales en su versión actual, que puede considerarse del orden de la mitad del mínimo previsible para atender las demandas efectivas.

4.2. *Lo que nos falta.*

Es evidente y bien reconocido el esfuerzo que tanto la iniciativa privada como el sector público han hecho para poner a nuestro país, durante un tiempo, en unas circunstancias no exentas de dificultades de todo orden, a la altura de lo que exigía la “invasión pacífica” de que nos han hecho objeto nuestros visitantes.

Faltan, sin embargo, algunas etapas que recorrer. Etapas que no se pueden soslayar, puesto que la dinámica de nuestro turismo se producirá con evolución en los factores de atractivo, y en éstos el precio habrá de dejar de ser primordial para dejar su puesto a la calidad, la facilidad y la belleza escrupulosamente conservadas de nuestro solar.

En primer lugar, carecemos aún de una capacidad hotelera suficiente y equilibrada. Nuestro crecimiento turístico ha tenido lugar hasta ahora con una localización acusada en varias zonas. En ellas se ha llegado a una densidad hotelera suficiente y quizá ya cercana a la saturación.

Otras zonas de grandes posibilidades, en cambio, son deficitarias en hoteles, y necesitan, a corto plazo, equiparse en materia de alojamientos para que no se produzca un estrangulamiento lamentable en nuestro mercado por falta de oportunidad y previsión.

Aun a base de los escasos datos disponibles, el Banco Mundial de Reconstrucción y Fomento ya admitía la necesidad de realizar, durante el período 1962-1966, una inversión total del orden de los veinticuatro mil millones de pesetas; o sea, una media anual de 4.800 millones. Como ya hemos visto, el Crédito Hotelero ha alcanzado hasta ahora una cifra que no representa más del diez por ciento de la inversión privada.

De acuerdo con las perspectivas de este sector industrial, reflejadas sobre todo en las peticiones de créditos, que forzosamente han de quedar inatendidas por falta de fondos, la cifra de inversión anual estimada por los expertos del Banco Mundial está muy próxima a la realidad. En su planteamiento actual, el Crédito Hotelero representa una ayuda efectiva, de tal modo que su no otorgamiento puede ser suficiente para hacer desistir de la empresa. Lo que quiere decir que, en orden a facilitar la madurez total de nuestra hostelería y sobre todo su equilibrado reparto por toda la nación, sería necesario considerar seriamente la necesidad de situar las cifras de los fondos disponibles a niveles mucho más realistas, sobre todo teniendo en cuenta que no son sólo los hoteles los beneficiarios de los préstamos, sino otras empresas dedicadas al alojamiento turístico, los poblados de vacaciones o cualquier otra construcción o adquisición de mobiliario, de manifiesta necesidad o repercusión turística.

Con una cuantía y una agilidad adecuadas este Crédito oficial representaría, sin duda, un magnífico instrumento de fomento de uno de los pilares fundamentales del turismo, así como de su ordenación y orientación. A su lado, la acción directa de la Administración ya prevista en el Plan de Desarrollo, construyendo y acondicionando nuevos alojamientos-tipo en diversas zonas, constituye el segundo factor decisivo para dejar resuelto en este crítico período de crecimiento este capítulo fundamental de nuestra infraestructura turística.

En cuanto a los precios de nuestros alojamientos, merecen un especial cuidado, siendo, como son, uno de los factores clave de nuestro atractivo turístico. Iniciado un nuevo camino a primeros del año actual para dotar a dichos precios de elasticidad, seguridad, facilidad y publicidad, atravesamos una etapa de evolución hacia una mayor liberalización para hacer posible, cuando las circunstancias competitivas

lo permitan, un sistema de precios más afín a la economía de mercado. Entretanto, se consolida nuestro mercado y se madura el sentido empresarial de nuestra industria hotelera que, por su misma juventud, aún no lo posee en plenitud.

El otro gran pilar de nuestro turismo son, sin duda, los transportes. No lo son exclusivamente; es decir, son un imperativo, en todo caso, para lograr los objetivos de desarrollo que nos proponemos. Por consiguiente, creo innecesario insistir sobre el particular, pues en el ánimo de todos está que el recuperar el tiempo perdido actualizando nuestras carreteras, extendiendo nuestras líneas aéreas internas y externas, modernizando nuestras redes ferroviarias y dotando de unos medios suficientes a las líneas de navegación con nuestras islas, representa sencillamente la premisa irreversible para permitirse o no pensar en obtener efectivamente los beneficios potenciales y la plena utilización que nos brinda el turismo. Y en este concepto incluyo, naturalmente, el turismo interior, llamado a ganar una expansión paralela al propio mejoramiento del nivel de vida de los españoles.

Otros factores infraestructurales concurren con el sistema de transportes a configurar el terreno sobre el que florezca el turismo, y en muchos de ellos hemos de reconocer que nos quedan no pocas metas que alcanzar. Así, los suministros fundamentales de agua, gas y electricidad; el correo y las telecomunicaciones; las redes de alcantarillado y, en general, las obras de saneamiento; los suministros de primeras materias y productos alimenticios y, en suma, cuantos servicios son consustanciales a toda urbanización o ampliación de otra existente. Las consecuencias de ese vicio original, una vez que el centro o la zona cobren vida y reciban una población turística de envergadura, pueden ser muy graves, e incluso pueden dar lugar a un alejamiento del interés difícilmente reparable.

Asimismo —ya hemos aludido a ello— falta lograr una formación técnica lo suficientemente extensa y cuidada para dotar a las diferentes manifestaciones de la actividad turística profesional de una altura y dignidad que, unidas a la virtud de la cordialidad ya citada como innata en nuestras gentes, nos den mejores armas para esta lucha de los mercados.

Por último, aunque su importancia exigiera tal vez situarlo en primer lugar, existe, bajo el denominador común de Propaganda, un haz de actividades de diversa índole tendentes a promover más allá de nuestras fronteras el interés por nuestra Patria, facilitando al propio tiempo los medios informativos personales y materiales precisos para canalizar ese interés.

En tal sentido, se han hecho provisiones presupuestarias en el Plan de Desarrollo para extender nuestra Red de Oficinas en el extranjero y para dotar decorosamente a las existentes. Es proverbial la desproporción que ha venido dándose entre los exigüos medios asignados a nuestra propaganda turística y la afluencia de turistas. Resulta, sin embargo, de una imprevisión peligrosa pensar que ésta, casi espontánea afluencia, va a continuar con el mismo ritmo, a medida que nuestras condiciones, sobre todo las relativas a precios, varíen. Es preciso preparar el aparato propagandístico que reclama la propia realidad de nuestro turismo en vistas a esfuerzos de otras naciones clásicas y bisoñas en este campo, que no reparan en medios para abrirse sus mercados.

5. RESPONSABILIDAD DEL ESTADO.

Es inútil pensar en que sin el concurso de los Poderes Públicos se pueda llegar, dentro de los presupuestos de nuestra economía, a facilitar los medios para que el turismo encuentre su plena realización en tiempo oportuno. Por las razones que han servido de puntos de examen y meditación a lo largo de la exposición: velocidad del fenómeno e imprevisión; situaciones infraestructurales graves; debilidad de la inversión; carencia de criterio planificador en sentido regional; insuficiencia en las instalaciones de recepción; escasez de personal especializado y de experiencia técnica, y otras muchas concurrentes en el ya de por sí complejo campo del turismo, se plantea necesariamente la presencia del Estado en una serie de circunstancias reducibles a dos fundamentalmente.

5.1. *Como protagonista del sector público.*

Brevemente, y a título de recapitulación, el Estado tiene que hacer frente en todo caso, y más en un país que se confiesa abierto al turismo, a las siguientes exigencias:

- Modernización, mejora y ampliación de las redes nacionales de carreteras.
- Mejora y modernización de los transportes ferroviarios, singularmente en aquellas zonas litorales defectuosamente enlazadas.
- Intensificación de la infraestructura del equipo y de los servicios en lo concerniente a los transportes aéreos interiores y exteriores.
- Intensificación y mejora decisiva en las líneas de navegación marítima nacionales.
- Renovación o construcción de las redes de servicios de los Municipios percutidos directamente por la afluencia turística.
- Salvaguardia, defensa y conservación de parques nacionales, parajes de interés natural, monumentos, ciudades y lugares de interés histórico o artístico.
- Adecuación de los sistemas de comunicaciones postales, telefónicas y telegráficas, al volumen y la rapidez impuestos por el turismo.
- Intensificación de la red de alojamientos propiedad del Estado, avanzadas y pilotos de la acción privada en zonas aún cerradas a las grandes corrientes turísticas.
- Vigilancia, control y orientación de las actividades e industrias privadas conectadas con el turismo, disponiendo para ello de los medios personales y materiales indispensables para conjurar toda extralimitación o abuso en bien del prestigio nacional.
- Desarrollo de las disciplinas profesionales especializadas en las diferentes actividades turísticas con vistas a su dignificación y profesionalización.
- Desempeño del servicio público de carácter informativo turístico en todo el territorio nacional.
- Desarrollo de la acción propagandística y de relaciones públicas en el exterior, orientada a la conservación y promoción de nuestros mercados.
- Coordinación y planeamiento en vista al desarrollo de zonas y centros turísticos de interés nacional.

5.2. *En relación con la iniciativa privada.*

Así como no es concebible una acción decisiva en cuanto al turismo sin la plena conciencia y actuación de los poderes públi-

cos, tampoco resulta posible pensar en que esta acción pueda pesar exclusivamente sobre el político. El turismo, como sector económico, es dinámico porque es atractivo, y es atractivo porque la sensibilidad e instinto del hombre de negocios han sabido descubrir en el turismo una fuente de riquezas, un campo al que vale la pena dedicar el esfuerzo convirtiéndolo en empresa. Precisamente radica en la adquisición de esa mentalidad empresarial madura, consciente y previsor, el secreto de la pervivencia y progreso de este sector, del que son igualmente calificados como peligrosos enemigos los especuladores y los escépticos.

Existen vías de confluencia en el que el sector privado y su legítima aspiración de justo lucro debe encontrar el apoyo del sector público para no tropezar con unos obstáculos iniciales que desvíen su atención hacia otros derroteros.

Por las propias condiciones de capitalización y escasa magnitud del ahorro, es preciso en nuestra patria facilitar capitales iniciales a los empresarios turísticos que carecen de ellos.

Es necesario mantener en sus justos límites, y si es posible aliviar, la presión fiscal que gravita sobre industrias y actividades que por ser turísticas encierran ya un poderoso contenido de interés nacional.

Es obligado mantener un constante diálogo entre las Empresas y la Administración, orientando, a la luz de los grandes objetivos nacionales, las aspiraciones y pequeños objetivos particulares.

En el ámbito local, si se puede denominar privado, es necesario facilitar a las corporaciones los medios materiales necesarios para ponerse al día ante el turismo, sin olvidar que es precisamente en esos ámbitos donde en última instancia se producen los contactos entre el visitante y el país, y en donde los abandonos, las cortedades y las deficiencias se agigantan.

6. PERSPECTIVA E IMPERATIVOS.

Las previsiones realizadas para el período que abarca el próximo Plan de Desarrollo llevan a establecer confiadamente que para 1967 se alcanzará la cifra total de 17 millones de viajeros, de los cuales 13 tendrán la consideración de turistas en el sentido estricto. A esta cifra se sumaría la de siete millones de turistas españoles, en consonancia con el ritmo de aumento previsto para la renta nacional.

El incremento esperado en el turismo extranjero tendrá, aun con el contrapeso del aumento del nacional hacia el exterior, una evaluación capital desde el punto de vista de la Balanza de Pagos. En este sentido baste decir que la previsión en ingresos por turismo iguala prácticamente a los ingresos totales esperados para la exportación de mercancías, y que la balanza turística española en los próximos cuatro años permitirá absorber, con su importante superávit, las dos terceras partes del déficit comercial previsto. Si se profundiza en las proyecciones realizadas para la Balanza de Pagos, podremos comprobar igualmente que el turismo permitirá hacer frente a las importaciones de bienes de equipo que permitan nuestra total industrialización.

La consecución de estas metas no es en forma alguna fácil ni automática en cuanto presupone realizar una labor de captación de la demanda extranjera, satisfacer plenamente a dicha demanda, y poner a contribución paulatina, pero ininterrumpidamente, nuevas zonas turísticas hoy ignoradas.

El esfuerzo inversionista es todavía muy importante. Al interés despertado por las inversiones extranjeras debe unirse el propio del capital nacional a través de los incentivos, apoyos y orientaciones que han quedado reseñados. Si queremos hacer un parangón en el campo industrial, las inversiones extranjeras en turismo sólo serían comparables a las realizadas en aquellas industrias que trabajan predominantemente para la exportación y que tuvieran la misma prácticamente asegurada, hacia los mismos mercados que en su día facilitaron el capital.

Nuestra oferta, en términos generales —bienes y servicios—, y, más concretos, en potencial de alojamientos de todo tipo, necesita perfeccionarse. Hay que forzar el ritmo de crecimiento de nuestra planta receptora, asegurando al propio tiempo su equilibrada distribución. Hay que procurar dar a la política de alojamientos una fluidez que permita, sin comprometer nuestra ventajosa posición en el mercado, hacer más atractivos los precios y con ello la inversión y la reinversión tan necesaria en un sector en que tan caro se paga la obsolescencia de las instalaciones.

Creo que no hace falta mayor insistencia para darse cuenta de que los objetivos programados, por su propia ambición, exigen no medidas o esfuerzos individuales y esporádicos, sino una *política tu-*

rística total en la que no cabe pensar sin un esfuerzo coordinado de todos entre sí y del Estado con todos.

Han pasado los tiempos en que el turismo, como actividad del Estado, exigía sólo un pequeño puesto en la máquina administrativa. Desde la Segunda República hasta nuestros días se han desbordado varias veces todas las previsiones, y con ello la función ha empequeñecido al órgano que la servía. Hoy no sólo ya el órgano directo y responsable debe ser excepcionalmente apto y poderoso, sino todos los demás que concurren en esa coordinación que se impone, deben darse cuenta de la responsabilidad que les incumbe.

Nadie puede ignorar, personal ni colectivamente, la significación de todos estos imperativos para que se realice plenamente nuestro momento, que es óptimo y que aún ha de deparar prestigio y bienestar que contribuyan a la mejor realización de los postulados generales del Estado en bien de todos los españoles.

Tabla 1

ENTRADA DE VIAJEROS EN ESPAÑA

CONCEPTO	1960	1961	1962
TOTAL	6.113.255	7.455.262	8.668.722
Extranjeros:	(Por clase de autorización)		
Provistos de pasaporte	4.332.363	5.495.870	6.390.369
En tránsito por puertos españoles.	837.936	826.575	762.841
Autorizados por veinticuatro horas, por fronteras terrestres ...	256.559	319.387	573.457
Españoles residentes en el extranjero	686.397	813.430	942.415

Tabla 2

TOTAL DE PERSONAS QUE HAN VISITADO ESPAÑA, POR
PAISES DE ORIGEN. (Años 1961-1962).

Principales nacionalidades	TOTAL DE VISITANTES		
	Año 1962	Año 1961	Aumento en 1962 (porcentajes)
TOTAL DE ENTRADOS ...	8.668.722	7.455.262	16,3
De Europa:			
Alemania	666.487	480.549	38,7
Austria	40.349	34.020	18,6
Bélgica	167.879	154.985	8,3
Dinamarca	81.962	49.192	66,6
Francia	3.792.876	3.332.032	13,8
Gran Bretaña	898.810	740.052	21,5
Holanda	144.892	107.382	34,9
Italia	248.347	258.467	— 3,9
Noruega	24.286	18.588	30,7
Portugal	449.017	381.636	17,7
Suecia	106.202	85.670	24,0
Suiza	144.990	138.176	4,9
Otras de Europa	54.413	41.694	30,5
TOTAL DE EUROPA	6.820.510	5.822.443	17,1
De América:			
Canadá	34.164	28.281	20,8
Norteamérica	411.242	459.771	— 10,6
Méjico	16.950	13.075	29,6
Argentina	67.238	59.059	13,8
Brasil	28.425	22.822	24,5
Cuba	6.640	12.208	— 45,6
Venezuela	34.261	32.096	6,7
Otras de América	53.093	48.122	10,3
TOTAL DE AMERICA	652.013	675.434	— 3,5
De Asia	23.927	23.326	2,6
De Africa	191.900	88.532	116,8
De Oceanía	32.196	26.656	20,8
Apátridas	5.761	5.441	5,9
Españoles residentes en el extranjero	942.415	813.430	15,9

Tabla 3

TOTAL DE PERSONAS QUE HAN VISITADO ESPAÑA, POR MESES

MESES	Año 1960	Año 1961	Año 1962	Año 1962 Porcentaje respecto del total del año
TOTAL	6.113.255	7.455.262	8.668.722	100
Enero	202.850	253.741	369.323	4,3
Febrero	207.017	260.933	335.710	3,9
Marzo	280.901	353.515	364.332	4,2
Abril	480.065	413.147	623.974	7,2
Mayo	376.916	480.696	595.512	6,9
Junio	573.414	638.078	790.630	9,1
Julio	868.264	1.236.806	1.452.907	16,8
Agosto	1.328.459	1.501.079	1.867.861	21,5
Septiembre	745.594	898.424	965.934	11,1
Octubre	425.359	518.174	510.124	5,9
Noviembre	331.783	443.575	356.682	4,1
Diciembre	292.633	457.064	435.733	5,0

Tabla 4

ESPAÑOLES SALIDOS DE ESPAÑA, POR CLASES Y VIA DE SALIDA

	Año 1960	Año 1961	Año 1962	
TOTAL	2.149.153	2.695.655	3.528.831	
Salidos por .	Ferrocarril	301.003	443.286	748.580
	Carretera	1.764.570	2.161.343	2.669.014
	Puertos	44.377	41.923	41.190
	Aeropuertos	39.203	49.103	70.047

Tabla 5

AUTOCARES Y COCHES DE TURISMO ENTRADOS Y SALIDOS DE ESPAÑA

C O N C E P T O		Año 1960	Año 1961	Año 1962
Autocares ...	Entrados ...	18.539	38.530	46.191
	Salidos ...	19.140	37.744	45.096
Turismos ...	Entrados ...	1.463.271	2.058.688	2.510.724
	Salidos ...	1.466.341	1.998.318	2.409.076
Por la frontera francesa:				
Autocares ...	Entrados ...	16.970	36.771	44.319
	Salidos ...	17.602	36.053	43.178
Turismos ...	Entrados ...	985.146	1.422.029	1.760.510
	Salidos ...	966.306	1.345.828	1.655.832
Por la frontera portuguesa:				
Autocares ...	Entrados ...	1.569	1.759	1.872
	Salidos ...	1.538	1.691	1.918
Turismos ...	Entrados ...	85.478	102.400	130.112
	Salidos ...	85.411	108.117	126.484
Por la frontera con Gibraltar:				
Turismos ...	Entrados ...	357.588	498.262	587.532
	Salidos ...	362.516	508.074	595.571
Por Aduanas marítimas:				
Turismos ...	Entrados ...	35.059	35.997	32.570
	Salidos ...	32.078	36.299	31.189

Tabla 6

TOTAL DE PERSONAS QUE HAN VISITADO ESPAÑA EN LOS MESES QUE SE INDICAN

M E S E S	Año 1962	Año 1963	% de aumento
Enero	369.323	348.372	— 5,7
Febrero	335.710	342.723	2,1
Marzo	364.332	479.099	31,5
Abril	623.974	734.122	17,7
Mayo	595.512	748.978	25,8
Junio	790.630	1.093.373	38,3
Julio	1.452.907	1.729.495	21,1
Agosto	1.867.861	2.365.546	26,6
Septiembre	965.934	1.228.448	27,2
Octubre	510.124	700.215	37,2
Noviembre	356.682	—	—
Diciembre	435.733	—	—
TOTALES	8.668.722	9.770.371	—
Primeros diez meses	7.876.307	9.770.371	24,0

INGRESOS Y GASTOS TURISTICOS (en millones de dólares)

	INGRESOS		GASTOS		SALDO		INCREMENTO DE INGRESOS		INCREMENTO DE GASTOS	
	1961	1962	1961	1962	1961	1962	TOTAL	%	TOTAL	%
	Alemania (R. F.)	506	540	897	1.171	-391	-631	34	6,7	274
Austria	278	354	60	74	+218	+280	76	27,4	14	23,3
Bélgica	71	98	-	-	-	-	27	-	-	-
Canadá	455	528	606	575	-151	-47	10	16,0	20	22,4
Dinamarca	119	129	89	109	+30	+20	148	8,4	7	-12,9
España	368	516	54	47	+314	+469	28	40,2	-	-
Estados Unidos	975	1.003	1.747	1.918	-722	-915	54	2,8	171	9,7
Francia	592	646	411	442	+181	+204	6	9,1	31	7,5
Irlanda	122	128	46	54	+76	+74	92	4,8	6	17,4
Italia	755	847	108	124	+647	+723	4	7,1	3	5,3
Noruega	56	60	57	60	-1	+1	31	19,3	19	12,3
Países Bajos	160	191	154	173	+6	+17	-	-	-	-
Portugal	31	-	18	-	+13	-45	39	6,8	23	3,6
Reino Unido	577	616	638	661	-61	-	5	71,4	1	25,0
Suiza	342	-	132	-	+210	+7	14	53,8	2	18,2
Turquía	7	12	4	5	+3	+32	-	-	-	-
Yugoslavia	26	40	11	9	+15	+188	614	12,3	540	11,1
TOTAL (1)	4.996	5.610	4.882	5.422	+114	+188				

Fuente: O. C. D. E.

(1) Sin Portugal, Suiza y Bélgica.

Tabla 8

INGRESOS Y PAGOS POR TURISMO (en millones de dólares. Años 1960-1962)

	1960		1961		1962	
	Ingresos	Pagos	Ingresos	Pagos	Ingresos	Pagos
	TOTALES	316,6	50,0	376,7	54,1	512,6
Enero	21,3	4,5	17,4	9,6	33,2	7,6
Febrero	17,9	1,4	16,2	6,3	28,6	6,4
Marzo	17,6	3,3	21,3	2,1	29,1	1,3
Abril	20,0	4,4	23,6	5,8	29,8	1,4
Mayo	23,6	3,7	26,1	1,4	40,5	1,8
Junio	23,3	0,5	31,9	1,5	40,0	1,6
Julio	28,5	4,4	42,1	1,6	61,2	1,6
Agosto	34,3	1,5	51,9	2,1	64,9	3,0
Septiembre	26,4	3,3	44,7	1,5	59,9	2,1
Octubre	33,7	9,1	41,2	8,6	49,4	9,9
Noviembre	35,6	7,4	34,4	8,0	46,6	6,7
Diciembre	34,3	6,5	25,9	5,6	29,4	3,3

Tabla 9

ESPAÑA - INGRESOS POR TURISMO (millones de dólares)

M E S E S	1962	%	1963	Indice de aumento %
Enero	33,2	6,4	42,9	—
Febrero	28,6	5,5	31,2	—
Marzo	29,1	5,7	30,6	—
Abril	29,8	5,8	38,2	—
Mayo	40,5	7,9	54,3	—
Junio	40,0	7,9	46,1	—
Julio	61,2	11,8	81,9	—
Agosto	68,9	13,4	96,6	—
Septiembre	59,9	11,6	—	—
Octubre	49,4	9,3	—	—
Noviembre	46,6	9,0	—	—
Diciembre	29,4	5,7	—	—
TOTALES	512,6	100,0	—	—
Primeros ocho meses	331,3	—	421,8	27,3

Tabla 10

BALANZA DE PAGOS

	1 9 6 0			1 9 6 1			1 9 6 2		
	Ingresos	Pagos	Saldo	Ingresos	Pagos	Saldo	Ingresos	Pagos	Saldo
Mercancías	745,17	668,11	+ 77,06	759,18	1.037,90	-278,71	782,48	1.490,05	-707,57
Servicios	422,10	175,96	+246,14	530,99	195,40	+335,59	693,76	206,70	+487,06
(De ellos turísticos)	316,30	7,80	+308,50	376,70	54,10	+322,60	512,60	46,80	+465,80
Donaciones privadas	57,76	0,19	+ 57,57	118,49	0,50	+117,99	147,79	1,78	+146,01
Públicas	40,33	7,83	+ 32,50	52,17	5,75	+ 46,42	13,62	1,69	+ 11,93
Capital privado a largo plazo ...	160,10	53,56	+106,54	231,87	40,65	+191,22	248,71	71,29	+177,42
Gobierno Central	24,30	4,73	+ 19,57	32,67	11,62	+ 21,05	29,50	14,15	+ 15,35
In. Monetarias	10,97	470,75	-459,78	94,52	465,39	-370,87	18,90	226,84	-207,94
Errores y omisiones	—	59,60	- 59,60	—	62,69	- 62,69	77,73	—	+ 77,73

Tabla 11

NUMERO DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO PROFESIONALES AL 31 DE DICIEMBRE DE 1962

PAISES	Hoteles	Pensiones	Albergues	Hoteles	Total	Medios de alojamiento complementarios	Porcentaje aumento sobre
							1961
Alemania	277.390	208.855	157.367	—	643.612	545.575	1.189.187
Austria	—	36.568	—	—	322.967	316.069	639.036
Bélgica	152.758	31.113	20.513	56.274	111.679	157.454	269.133
Canadá	44.000	—	1.200	2.500	260.658	20.541	281.119
Dinamarca	162.666	168.395	—	—	47.700	—	—
España	5.750.000	500.000	—	—	331.061	(1) 49.111	380.172
Estados Unidos	585.105	—	—	—	5.750.000	5.750.000	1.191.075
Francia	—	5.916	—	—	35.666	12.486	48.152
Grecia	29.750	—	—	—	—	—	—
Irlanda	576.234	195.204	150.220	—	921.658	987.142	1.908.800
Islandia	9.600	1.350	850	—	11.800	2.050	13.850
Italia	29.100	41.900	—	600	105.060	34.900	106.500
Luxemburgo	105.060	8.678	566	—	20.772	152	20.924
Noruega	11.528	900.000	—	1.250	1.067.250	150.000	1.217.250
Países Bajos	166.000	—	—	—	—	—	—
Portugal	216.338	—	—	2.228	218.506	7.171	225.677
Reino Unido	22.050	5.374	—	—	27.424	2.650	30.074
Suecia	42.323	5.863	10.771	1.933	60.390	67.051	127.441
Suiza	—	—	—	—	—	—	—
Turquía	—	—	—	—	—	—	—

EVOLUCION DEL NUMERO DE PLAZAS

AÑOS	Totales	PLAZAS EN HOTELES					PLAZAS PENSIONES	
		Lujo	1.ª A	1.ª B	Segunda	Tercera	Lujo	Primera
1960	150.821	16.806	23.698	27.614	34.716	27.485	4.244	16.258
1961	162.105	17.530	24.328	29.947	34.944	30.319	6.082	18.955
1962	192.852	20.323	32.422	37.585	37.814	37.814	7.118	20.201

CAPACIDAD TOTAL DE ALOJAMIENTO EN LOS ESTABLE-
CIMIENTOS HOTELEROS DE ESPAÑA

AÑOS	ESTABLECIMIENTOS			P L A Z A S		
	Hoteles y pensiones L. y 1.ª	Pensiones de 2.ª y 3.ª y casas de huéspedes	Total	En hoteles y pensiones de L. y 1.ª	En pensiones de 2.ª y casas de huéspedes	Total
1960	2.551	10.764	13.315	150.821	139.932	290.753
1961	2.871	10.597	13.468	162.105	137.527	299.642
1962	3.187	11.192	14.379	192.852	151.092	343.944

Tabla 14

AUMENTO DE LA CAPACIDAD HOTELERA EN 1962

CLASE Y CATEGORIA DE ESTABLECIMIENTOS	Empresas	Habitaciones	Plazas
TOTAL	316	16.890	30.747
Hotel lujo	7	1.314	2.793
Hotel 1. ^a A	58	4.424	8.094
Hotel 1. ^a B	66	4.412	7.638
Hotel 2. ^a	7	952	2.445
Hotel 3. ^a	115	4.412	7.638
Pensiones lujo	27	701	1.036
Pensiones 1. ^a	36	675	1.246

Tabla 15

INAUGURACION DE ESTABLECIMIENTOS DE ENERO A SEPTIEMBRE DE 1963

CATEGORIAS	Número establecimientos	Habitaciones	Plazas
Hotel de lujo	6	840	1.596
Hotel de 1. ^a A	23	1.319	2.364
Hotel de 1. ^a B	64	3.110	5.744
Hotel de 2. ^a	46	1.688	2.949
Hotel de 3. ^a	80	2.268	2.715
Pensión de lujo	28	662	1.198
Pensión de 1. ^a	60	1.090	1.833
Pensión de 2. ^a	130	1.947	3.154
TOTALES	437	12.924	22.553

EVOLUCION DE LA CAPACIDAD HOTELERA ESPAÑOLA EN LOS AÑOS 1958 A 1962

PROVINCIA	HOTELERES			HABITACIONES			AUMENTO	
	1958	1961	1962	1958	1961	1962	En 1962 S/1961 %	En 1962 S/1958 %
	1.—Alava	7	7	7	381	390	381	0
2.—Albacete	4	6	4	210	261	206	-22	-2
3.—Alicante	58	86	85	1.972	2.556	3.094	21	56
4.—Almería	2	4	2	107	166	50	-70	-54
5.—Ávila	17	16	15	461	427	409	5	-12
6.—Badajoz	8	6	11	243	238	364	52	49
7.—Balears	142	209	234	5.268	8.233	11.252	36	113
8.—Barcelona	160	217	292	7.269	8.713	12.288	41	69
9.—Burgos	20	21	21	766	704	684	-3	-11
10.—Cáceres	11	15	15	389	501	500	0	28
11.—Cádiz	25	33	32	1.160	1.305	1.377	5	18
12.—Castellón	17	21	21	504	687	685	0	35
13.—Ciudad Real	13	12	16	382	371	411	10	45
14.—Córdoba	15	17	19	653	693	756	9	15
15.—Coruña (La)	20	20	20	1.070	1.028	1.072	4	0
16.—Cuenca	6	8	8	190	215	209	3	10
17.—Gerona	159	194	284	5.019	5.917	9.632	62	91
18.—Granada	37	45	49	1.639	2.033	2.300	13	40
19.—Guadalajara	3	3	3	102	102	102	0	0
20.—Guipúzcoa	88	94	95	4.050	4.182	4.299	2	6
21.—Huelva	9	8	7	263	232	232	0	-9

22.—Huesca	32	34	33	1.395	1.256	1.278	—	9
23.—Jaén	20	20	26	598	576	720	25	20
24.—León	18	19	21	652	637	685	7	5
25.—Lérida	26	39	45	1.017	1.357	1.525	12	49
26.—Logroño	10	9	11	410	411	461	12	12
27.—Lugo	9	10	10	504	532	552	0	5
28.—Madrid	174	185	184	10.392	10.880	10.727	—	3
29.—Málaga	59	78	86	1.830	2.819	4.228	49	131
30.—Murcia	15	24	25	673	1.085	1.171	7	73
31.—Navarra	18	24	25	718	818	983	20	36
32.—Orense	11	12	13	388	375	425	13	9
33.—Oviedo	39	45	42	1.440	1.622	1.541	—	7
34.—Palencia	6	7	6	253	267	253	—	0
35.—Palmas (Las)	16	28	37	671	991	1.581	59	135
36.—Pontevedra	44	46	45	1.833	1.918	1.920	0	4
37.—Salamanca	14	18	18	667	781	768	—	15
38.—Santa Cruz de Tenerife	15	30	32	674	1.312	2.181	66	223
39.—Santander	48	45	53	2.141	2.008	2.208	9	3
40.—Segovia	18	18	15	446	433	383	—	15
41.—Sevilla	27	36	38	1.809	1.952	2.017	3	11
42.—Soria	6	7	8	157	158	169	6	7
43.—Tarragona	26	41	49	1.110	1.486	1.766	18	59
44.—Teruel	9	11	13	333	388	433	11	30
45.—Toledo	13	13	13	249	254	260	2	4
46.—Valencia	37	43	40	1.715	2.027	2.106	3	22
47.—Valladolid	11	10	10	641	594	566	—	12
48.—Vizcaya	22	25	23	975	929	906	—	8
49.—Zamora	5	5	4	225	213	177	17	—
50.—Zaragoza	37	39	42	2.262	1.981	2.072	—	9
Provincias Africanas	5	9	9	162	203	183	4	12
TOTALES	1.611	1.972	2.216	68.428	79.217	94.528	19	38

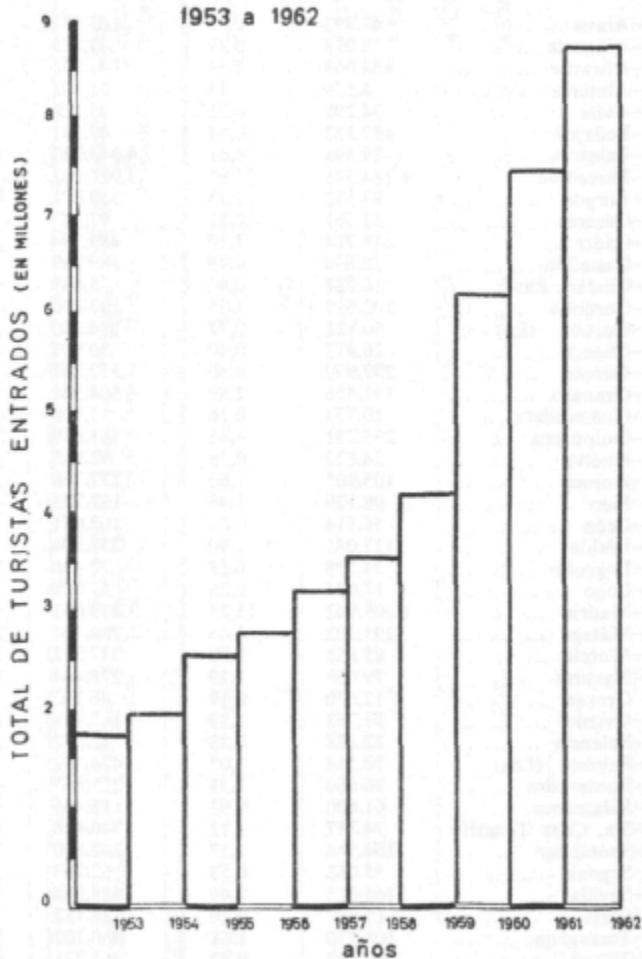
OCUPACION HOTELERA EN 1962, POR CATEGORIAS DE HOTELES

CATEGORIAS	Número de hoteles	Personal empleado (Miles)	Miles de habitaciones	Miles de clientes	Porcentaje de extranjeros	Miles de pernoctaciones	Estancia media
TOTAL	2.216	58	95	6.618	—	24.505	3,7
Lujo	78	12	11	972	71	3.521	3,6
Primera A	268	14	18	1.758	65	5.527	3,1
Primera B	448	13	21	1.547	45	6.561	4,2
Segunda	602	11	22	1.257	43	4.520	3,5
Tercera	820	8	23	1.084	35	4.376	4,0

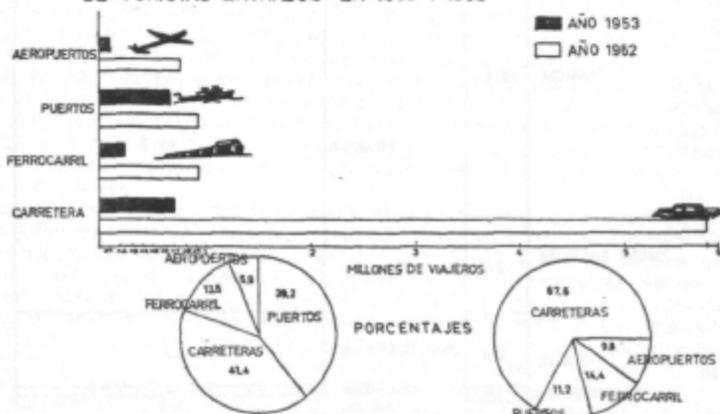
OCUPACION HOTELERA ESPAÑOLA EN EL AÑO 1962

PROVINCIAS	Cientes	%	Pernoctaciones	Estancia media
1.—Alava	47.993	0,73	103.592	2,1
2.—Albacete	18.913	0,29	47.929	2,5
3.—Alicante	168.063	2,53	895.871	5,3
4.—Almería	8.559	0,13	22.801	2,6
5.—Ávila	34.298	0,52	85.526	2,5
6.—Badajoz	437.532	0,44	47.181	1,6
7.—Balears	29.398	6,61	4.349.230	9,9
8.—Barcelona	1.184.341	17,95	3.027.062	2,5
9.—Burgos	89.552	1,35	159.081	1,7
10.—Cáceres	53.863	0,81	97.377	1,8
11.—Cádiz	218.724	3,30	489.394	2,2
12.—Castellón	32.680	0,49	189.899	5,8
13.—Ciudad Real... ..	26.727	0,40	35.647	1,3
14.—Córdoba	102.698	1,55	203.836	1,9
15.—Coruña (La)	50.921	0,77	256.930	5,0
16.—Cuenca	26.473	0,40	30.907	1,1
17.—Gerona	297.970	4,50	1.952.882	6,5
18.—Granada	191.456	2,89	504.541	2,6
19.—Guadalajara	10.774	0,16	17.908	1,6
20.—Guipúzcoa	295.252	4,46	581.819	1,9
21.—Huelva	24.823	0,38	52.983	2,1
22.—Huesca	105.965	1,60	277.768	2,6
23.—Jaén	98.129	1,48	167.725	1,7
24.—León	56.514	0,85	103.071	1,8
25.—Lérida	127.081	1,90	258.904	2,0
26.—Logroño	34.598	0,58	72.436	2,0
27.—Lugo	17.043	0,26	51.029	2,9
28.—Madrid	1.008.942	15,25	3.439.093	3,4
29.—Málaga	295.302	4,46	1.789.404	2,7
30.—Murcia	85.853	1,30	237.523	6,0
31.—Navarra	79.038	1,19	278.444	3,5
32.—Orense	12.630	0,19	46.102	3,6
33.—Oviedo	91.783	1,39	167.788	1,9
34.—Palencia	22.128	0,33	42.072	1,9
35.—Palmas (Las)	70.558	1,07	474.102	6,7
36.—Pontevedra	86.660	1,31	225.865	2,6
37.—Salamanca	61.600	0,93	118.466	1,9
38.—Sta. Cruz Tenerife	74.317	1,12	746.428	10,0
39.—Santander	104.344	1,57	242.820	2,3
40.—Segovia	35.062	0,53	62.263	1,7
41.—Sevilla	165.025	2,49	558.854	3,3
42.—Soria	12.987	0,20	28.182	2,1
43.—Tarragona	106.730	1,61	460.102	4,3
44.—Teruel	27.907	0,42	63.731	2,2
45.—Toledo	17.944	0,27	64.212	3,5
46.—Valencia	126.425	1,91	651.107	5,1
47.—Valladolid	92.372	1,40	177.420	1,9
48.—Vizcaya	88.449	1,34	188.417	2,1
49.—Zamora	12.315	0,19	32.946	2,6
50.—Zaragoza	149.817	2,26	317.942	2,1
TOTALES	6.618.528	100,—	24.505.612	3,7

TOTAL TURISTAS ENTRADOS
de
1953 a 1962



DESCOMPOSICION POR VIAS DE ENTRADA DEL TOTAL DE TURISTAS ENTRADOS EN 1953 Y 1962



DESCOMPOSICION POR NACIONALIDADES
DEL TOTAL DE ENTRADOS (en porcentajes)

año 1953		año 1962	
ALEMANIA	3,4	ALEMANIA	7,7
AUSTRIA	0,6	AUSTRIA	0,5
BELGICA	1,9	BELGICA	1,9
FRANCIA	35,1	FRANCIA	43,7
GRAN BRETAÑA	12,3	GRAN BRETAÑA	10,3
HOLANDA	1,2	HOLANDA	1,7
ITALIA	0,3	ITALIA	2,9
ESCANDINAVIA	1,8	ESCANDINAVIA	2,4
PORTUGAL	8,8	PORTUGAL	5,1
SUIZA	1,7	SUIZA	1,7
OTROS E. EUROPA	0,8	OTROS E. EUROPA	0,7
ESTADOS UNIDOS		ESTADOS UNIDOS	4,8
OTROS AMERICA	7,9	OTROS AMERICA	2,8
AFRICA	1,0	AFRICA	2,2
OTROS PAISES	0,7	OTROS PAISES	0,7
ESPAÑOL RESIDENTES EXTRANJ*	4,8	ESPAÑOL RESIDENTES EXTR.	10,4

R É S U M É

MANUEL FRAGA IRIBARNE: *Le Tourisme en Espagne. Bilan et perspective*

Le tourisme comme phénomène social et économique d'une grande importance, constitue une caractéristique très remarquable de nos jours. Le tourisme est une réalité complexe et asservissante. Pendant la période 1951-58, le rythme d'augmentation du nombre de voyageurs visitant l'Espagne fut du 16 pour cent dans l'ensemble par an en passant au 24,6 pour cent dans la période comprise entre les années 1958-62. Les chiffres correspondants aux dix premiers mois de l'an 1963 montrèrent une augmentation du 23,3 pour cent par rapport à la même période de l'année précédente.

Le tourisme rapporte une haute rentabilité politique parce qu'il fait possible la connaissance vive et personnelle de la réalité des différents peuples ainsi qu'il joue un rôle très important dans le Développement Economique et produit un "revenu net" dans la balance de paiements contribuant au financement du propre développement. Il constitue aussi un important facteur de promotion sociale.

En 1962 l'Espagne occupa le deuxième rang parmi les pays européens quand au nombre de touristes visiteurs. L'industrie touristique est une industrie exportatrice. A des niveaux pareils quand à l'investissement il y en a bien peu d'autres domaines d'activités aussi productifs en devises étrangères comme le tourisme. En ce qui concerne le volume de revenus par tourisme dans les respectives balances de paiements, l'Espagne atteint en 1961 le septième rang parmi tous les pays du monde. On peut espérer que les revenus par tourisme continueront à s'accroître dans les prochaines années jusqu'à atteindre le chiffre de 1.060 millions de dollars que l'on espère obtenir en 1967.

L'accélération du propre phénomène touristique en Espagne a eu lieu avec un rythme ou cadence qui a dépassé toutes les prévisions. Les conjectures établies pour la période correspondante au Plan de Développement portent à la conclusion de que pour 1967 on pourra sûrement atteindre le chiffre total de 17 millions de voyageurs.

S U M M A R Y

MANUEL FRAGA IRIBARNE: *Tourism in Spain. Balance and perspective*

Tourism, as an important social and economical phenomena, is the most outstanding feature of our present time. Tourism is a complex and overwhelming reality. During the period 1951-58, the increase in the number of travellers coming to visit Spain rated at 16 % cumulative each year, becoming 24.6 per cent for the period 1958-62. The figures corresponding to the first ten months

of 1963 showed an increase of 23,3 % upon the same period in the previous year.

Tourism is of a great political yield, for it permits a personal and vivid knowledge of other countries; furthermore, it is playing an important role in the balance of payment, thus contributing to financing its own development. It is also an important factor in social promotion.

Spain reached in 1962 the second place among European countries, in the overall number of tourists. The tourist industry is an export industry. In similar levels, as far as investment is concerned, there are probably few activities as productive in foreign currency as tourism. Concerning income volume due to tourism in each country's balance of payment, Spain was in 1961 in seventh place among the whole world. It is expected that income from tourism will continue growing in the next years until the amount of 1.060 million dollars which is expected for 1967, is reached.

Acceleration of Spain's touristic phenomena has taken place surpassing any foreseeable rate. Provisions made for the covering of the Development Plan are confidently leading to the increase by 1967 of the number of visitors to 17 millions.

ZUSAMMENFASSUNG

MANUEL FRAGA IRIBARNE: Der Tourismus in Spanien. Bilanz und Aussichten.

Als wichtiges Sozial- und Wirtschaftsereignis bedeutet der Tourismus ein ausgesprochenes Merkmal unserer Zeit. Der Tourismus ist gleichzeitig eine Realität mit sehr vielseitigem Charakter. In den Jahren 1951 bis 1958 erhöhte sich die Zahl der ausländischen Besucher jährlich um 16 % und in den Jahren 1958 bis 1962 um 24,6 %. Die Zahlen für die ersten zehn Monate des Jahres 1963 zeigten eine Erhöhung von rund 23,3 % gegenüber der gleichen Periode des Vorjahres.

Der Tourismus hat auch auf politischem Gebiet eine weittragende Wirkung, da es ein persönliches und direktes Kennenlernen der verschiedenen Völker erlaubt. Auch spielt der Tourismus für die Wirtschaftsentwicklung eine grosse Rolle, da er der Landesbilanz "Netto-Einnahmen" bringt, die zur Finanzierung der Entwicklung beitragen. Somit hat er auch auf Sozialgebiet eine wichtige Bedeutung.

Im Jahre 1962 stand Spanien nach der Zahl der Touristen unter den Ländern Europas an zweiter Stelle. Die Industrie des Fremdenverkehrs ist eine "Ausfuhrindustrie". Mit einem gleichen Investitionsniveau gibt es wenig Tätigkeitsbereiche, die eine solche Produktion an ausländischen Devisen aufweisen können. Nach der Höhe der Einnahmen aus dem Tourismus stand Spanien im Jahre 1961 unter allen Ländern der Welt an siebter Stelle. Es ist zu erwarten, dass die Einnahmen aus dem Tourismus in den nächsten Jahren weiter ansteigen und 1967 leicht 1.060 Millionen Dollar erreichen werden.

Die schnelle Entwicklung des Tourismus in Spanien hat alle möglichen Erwartungen weit übertroffen. Die Voraussichten für die Periode des Entwicklungsplanes lassen die Annahme zu, dass im Jahre 1967 insgesamt 17 Millionen Touristen Spanien besuchen werden.