

de México, a la restauración de nuestros tesoros arquitectónicos, artísticos y monumentos históricos, etc. Ya se han inaugurado y funcionan museos de gran envergadura como los de Antropología, Arte Virreyal, Arte Moderno, Historia Natural, Historia de la Revolución y el de la Ciudad de México.

Para lograr la superación de los servidores del turismo, se han creado diversas distinciones y estímulos como la Medalla "Al Mérito Turístico", en tres grados, que se otorga anualmente a las Agencias de Viajes. El Distintivo Turístico, que se concede anualmente a seis empleados de empresas de servicios turísticos. Además de las que otorga el Departamento de Turismo. Igualmente, se conceden premios a las mejores Tesis profesionales sobre temas turísticos, cada año, y se efectúan certámenes de fotografía, pintura, etc.

En lo que respecta al exterior, México tiene oficinas en los Estados Unidos de América, Canadá, Europa y Japón.

Su propaganda, información y publicidad, se realiza por los medios adecuados, y el Consejo ha tenido la satisfacción de que su publicidad en Norteamérica, este año, fue distinguida con un importante premio, y obtuvo en Marsella, el Primer Gran Premio del Festival Internacional del Film Turístico, con el documental "MEXICO ES..."; finalmente, la Asociación Nacional de Publicidad de México, el año de 1963, premió su folleto "MANOS DE MEXICO".

Hemos celebrado un convenio tripartita con los Estados Unidos de América y Canadá, para, conjuntamente, realizar promociones en nuestros países.

Aparte de lo anterior, las autoridades de turismo traen cada año, en vía de promoción, a numerosas y destacadas personas de la prensa, la televisión y de Agencias de Viajes, como sus invitados.

El año próximo pasado, aparecieron inserciones periodísticas sobre México en 1,800 diarios y en 2,500 semanarios.

EL ALCANCE DEL FENOMENO TURISTICO

JUAN DE ARESPOCHAGA Y FELIPE

Director General de Promoción
del Turismo de España.

1.—Preámbulo

Se ha preparado este estudio como comunicación al I Seminario Centroamericano de Turismo que tiene lugar en Nicaragua. Vaya por delante, a manera de anteposada al contenido y metodología del trabajo, un agradecimiento emocionado del autor por la oportunidad brindada a un representante de España para participar como invitado en estas jornadas de estudio. Entendemos que ello se debe, más que al hecho de que España sea en este momento una de las primeras potencias turísticas mundiales, a la presencia cada vez más cordial y cada vez más sentida de España en América y de América en España.

Hace falta realizar este turismo, que yo calificaría de íntimo, de un español en Centroamérica, o de un centroamericano en España, para comprender de golpe sin glosas ni explicaciones este gran tesoro que encierra el destino histórico común de una comunidad de naciones que defiende, a través del mundo entero y prolonga a través de la historia una forma similar de entender la vida y la muerte. Pero esta emoción sentimental adquiere al insertarse en el tema que directamente nos atañe del desarrollo turístico, una gran capacidad de futuro porque quizá entre las empresas inmediatas de la gran comunidad hispanoamericana no hay ninguna con mayor atractivo pragmático

que la de valorar en su justa medida las enormes posibilidades que encierra para la entera comunidad el fenómeno del turismo.

Podemos adelantar que el caso de España, en el cual los supuestos son ya hoy pura certeza, es de perfecta aplicación a los demás países de nuestra gran comunidad espiritual y que, siendo el turismo un fenómeno eminentemente humano, quizá uno de los más humanos de cuantos ha producido la civilización occidental en su desarrollo, los países americanos tienen en dicho fenómeno un gran papel a protagonizar.

Por lo pronto el fenómeno turístico moviliza hacia España millones y millones de visitantes que, año tras año, repiten en el país la más humanizada aventura que cabe imaginar y este fenómeno generará, sin duda, turismo hacia otros países en los que se dan circunstancias humanas análogas a las nuestras por ser todas hijas de una cultura y de una misma civilización. España ha comprobado a su vez que el conocimiento de las naciones americanas por parte de los extranjeros genera muchas veces el interés por lo español.

Podemos, pues, concebir perfectamente un esquema en el cual la ayuda que una nación de la comunidad americana preste a la otra haga entrar en un proceso permanente de crecimiento el fenómeno turístico para ofrecer a otras naciones, que no nos conocen, la verdad de nuestra manera de ser y

los valores de nuestras gentes en lo que en el mundo vuelve a tener más valor: la pura y simple calidad de hombre. Bien merece la pena, pues, que intentemos desvelar la importancia de este gran fenómeno social, quizá el más importante de nuestros días, quizá el más importante del devenir de la civilización occidental, en la que de una manera constante está creciendo el poder adquisitivo y que ha encontrado, en el turismo, uno de los medios principales de consumo de sus excedentes de renta.

Creemos que sólo después de comentar los aspectos más importantes del fenómeno, estaremos en condiciones de confirmar lo que la comunidad hispanoamericana puede esperar de él.

2.—Desarrollo Cuantitativo del Fenómeno Turístico Mundial

El turismo, en su concepción actual es un fenómeno social y cultural que origina un gran desplazamiento de personas dentro y fuera de su propio país. Naturalmente la mayor trascendencia y relevancia de este fenómeno corresponde a los movimientos internacionales de turismo, pues sus efectos sociales y económicos son también de mayor intensidad, pero no se puede olvidar la enorme importancia y volumen que está alcanzando, en éstos últimos años, el turismo interior o nacional, al extenderse a capas sociales cada vez más extensas.

El turismo, como toda actividad humana, tiene su origen en múltiples concausas que serían largas de enumerar en un tratamiento exhaustivo del tema, además, cada una de ellas tiene en el momento personalísimo de la decisión una ponderación distinta según las circunstancias particulares.

Son causas determinantes del movimiento turístico mundial las siguientes:

- La elevación creciente de los niveles de renta en los diversos países, como consecuencia del desarrollo tecnológico y de los incrementos de productividad.
- Los modernos métodos de producción industrial que someten al hombre a un trabajo monótono, privándole casi por completo de su libertad de iniciativa y convirtiéndolo en el último engranaje de la cadena productiva. Un trabajo desmenuzado, sin panorámica, como la califica el sociólogo francés George Friedman.
- El desarrollo de los medios de transporte, sobre todo la extensión del automóvil a niveles inferiores de renta y más numerosas con lo que se ha producido un acercamiento indirecto de las regiones más típicas de otros países.

—La difusión incesante de los medios de comunicación, información y publicidad, que actúan como activísimos catalizadores de la atracción hacia zonas típicas, países desconocidos o costumbres extrañas.

—La indudable elevación del régimen laboral que, con el establecimiento de las vacaciones anuales pagadas, la disminución de las horas de trabajo a la semana y la implantación de los sistemas de seguridad social, facilita el acceso al turismo de gran parte de la masa obrera.

—La incomodidad de la vida en las grandes ciudades modernas.

Todo ello ha motivado que en el año 1,963 último del que se poseen datos mundiales se haya producido un movimiento turístico internacional de unos 90 millones ochocientos mil personas con un incremento sobre el año anterior del 12%. En 1962 el total de turismo internacional fué de 81 millones cuatrocientos mil personas y con un crecimiento del 8% sobre el año 1961. En 1964 es muy posible que se haya llegado a la cifra de 100 millones de turistas.

Es interesante ver la distribución porcentual de estas cifras por grandes regiones o Continentes.

Europa 73,00%, América del Norte 18,00%, América Latina 3,50%, Oriente Medio 2,50%, Asia y Australia 2,00%, África 1,00%.

Estos datos son indicativos de la localización de las grandes corrientes turísticas mundiales. Entre América del Norte y Europa comprenden nada menos que el 91% del turismo total. No es pues aventurado afirmar que la evolución del turismo internacional está íntimamente ligada a la suerte que puedan correr las economías europeas y de América del Norte, no sólo en sus valores absolutos sino también en las distintas políticas que sigan para la distribución de la renta nacional. De ahí que en los países de economía centralizada, en los que los incrementos de producción nacional se dedican en su mayor parte a la inversión, las salidas por turismo sean escasas.

Comparando actividad turística de las grandes regiones se observa que el Oriente Medio ha sufrido un incremento del 30% sobre el año anterior.

África de un 29%, Asia de un 17%, América Latina de un 12%, Europa de un 13% y América del Norte de un 3%, descendiendo del año 1962 en que tuvo un crecimiento del 5% sobre el turismo del año 1961. Se ve que África y Oriente Medio empiezan a despertar la atención de los turistas que se sienten atraídos por el exotismo y lo misterioso de esas tierras.

En términos generales el crecimiento del turismo internacional ha sido sorprendente

puesto que en los últimos siete años ha experimentado un incremento del 80% al 85%.

Si descendemos de las magnitudes de orden mundial a los movimientos turísticos concretos de los países vemos que estos se pueden clasificar en dos grandes grupos, países receptivos y países emisores de turismo.

Dos criterios de gran amplitud conceptual se emplean para clasificarlos como de uno u otro grupo. El primero es el de las condiciones naturales. Países situados en regiones de sol, playas, temperaturas templado-cálidas y estabilidad meteorológica o bien países de montaña, con posibilidades de depor-

tes en nieves permanentes, excursiones, escalada, etc. son eminentemente receptivos. Como ejemplos citaremos el área mediterránea, Oriente Medio, Suiza y Austria.

El segundo criterio es económico. Los altos niveles de renta, la obtención de una renta "per cápita" superior a 1,000 dólares y la existencia de una balanza comercial favorable son síntomas altamente significativos de la identificación de tales países como emisoras de turismo. Alemania Federal, Estados Unidos, Canadá, etc.

La evolución del turismo en los países más representativos ha sido la siguiente:

P A I S E S	1,959	% sobre año anterior	1,960	% sobre año anterior
Francia	4 070	5.6	5.613	11.1
Italia	15.287	4.5	18 010	5.8
Inglaterra	1.258	6.6	1.669	19.7
Alemania	4.785	3.8	5 475	9.7
México	746	—	760	2.—
España	4.194	18.—	6.113	45.—

Las cifras de México se refieren a los turistas que adentran al interior del país pero hay que añadir los denominados visi-

lantes fronterizos que alcanza varios millones de cada año.

P A I S E S	1,961	% sobre año anterior	1,962	% sobre año anterior
Francia	5.800	3.3	5.975	3.6
Italia	18.935	5.1	21.323	12.6
Inglaterra	1.823	9.3	1.955	7.2
Alemania	5.231	4.5	5.322	1.7
México	801	5.4	940	1.7
España	7 455	21.—	8.668	16.—

P A I S E S	1,963	% sobre año anterior
Francia	6.500	8.7
Italia	23.157	8.6
Inglaterra	2 158	10.1
Alemania	5 603	5.2
México	1.062	1.3
España	10.931	26.—

(las cifras de turistas se indican en MILES)

Los porcentajes de incremento de Italia se refieren a los turistas con duración de estancia superior a 24 horas.

Francia, Italia y México son países re-

ceptivos pues sus balanzas turísticas presentan habitualmente saldos positivos (+ 121, + 749, + 600 millones de dólares respectivamente durante el año 1963) y Alemania Fe-

deral e Inglaterra son países emisores de Turismo, con balanzas turísticas deficitarias (—586, y —128 millones de dólares en 1963)

La consecuencia inmediata que se saca de la consideración de las cifras absolutas y de los tipos de crecimientos citados anteriormente es la enorme consistencia del fenómeno turístico mundial, cuya abrumadora realidad es capaz de convencer al más obstinado pusilánime que crea, que como actividad de consumo que es, puede disminuir rápidamente al modificarse los gustos y preferencias de la población.

Un análisis más detenido de los movimientos turísticos nacionales nos muestra cual es el alto grado de emisión turística de algunos países. En Alemania Federal, en 1963, salieron más de 18 millones, cifra que comparada con su población da el 33% de la misma, así pues de cada 10 alemanes íres salieron al extranjero. Bélgica y Holanda dieron un 23 y 20% respectivamente de ciudadanos que salieron al extranjero en relación con la población nacional, Francia, no obstante considerarse tradicionalmente como país receptor dió un 16% e Inglaterra un 10%; junto a ello los porcentajes de receptividad son también sorprendentes, en Italia entró un número total de turistas equivalentes al 46% de su población, en España el 35% de la población (alcanzándose el 45% en 1964) y en Austria el 80% de su población aproximadamente

3.—La Gran Motivación Turística

Al tratar del desarrollo cuantitativo del turismo hemos señalado una serie de razones, aunque quizá no todas, que son determinantes de la actividad turística. Son causas instrumentales unas y finales las otras. Se viaja "porque" se posee un exceso de renta para satisfacer las necesidades primarias y "porque" los medios de transporte son abundantes, rápidos y baratos o se viaja "para" descansar de la vida trepidante de la gran urbe moderna y olvidar en contacto con la naturaleza, la férrea disciplina que la producción industrial impone al trabajador de nuestros días.

Pero es preciso ir más allá en la búsqueda de la causa más honda, de la causa eficiente, en términos filosóficos y que en lenguaje actual de investigación de mercados podemos titular como la "gran motivación". Se trata de investigar sobre la razón más profunda y el origen más remoto de esta paciente actividad, característica del siglo XX, que se presenta con un ímpetu y una vitalidad insospechada.

Jamás ningún movimiento logístico ni democrático de la humanidad ha alcanzado valores semejantes, ni invasiones, ni cruza-

das, ni guerras, etc. han podido mover la masa de personas que representa el turismo.

Al estudiar estadísticamente la correlación entre dos macro-magnitudes, Renta Nacional y gasto por turismo de los nacionales fuera del país considerado, se obtienen los coeficientes siguientes, que oscilan entre valores muy próximos a la unidad:

Dinamarca	—0.99
Suecia	—0.97
Suiza	—0.99
Países Bajos	—0.97
Alemania Federal	—0.93
Inglaterra	—0.93

Indican estos datos que la correlación entre el desarrollo económico y el desarrollo de la actividad turística de los ciudadanos de cada país tiende a ser casi absoluta y que todo incremento en el Producto Nacional tendrá una repercusión inmediata en la expansión del turismo y de los gastos motivados por éste.

Pero no pretendo llegar a la conclusión de que la razón del turismo está en la mayor disponibilidad de renta, como podría desprenderse de una interpretación restringida de estas cifras. Sería afirmar el origen materialista del turismo y no lo es en absoluto puesto que el matiz cultural y la madurez social son presupuestos previos necesarios a la realización del mismo, aunque luego se complete esta formación básica con el conocimiento y el trato con otras personas, otras costumbres, culturas, paisajes etc., etc. Correlación no es casualidad pero en términos corrientes el 97% ó 99% de las causas que han intervenido en la obtención de una Renta Nacional alta han originado también la expansión del turismo en ese país.

Efectivamente, con los avances y descubrimientos tecnológicos del siglo XVIII, con la implantación del capitalismo industrial y con la puesta en práctica de las ideas de la "economía clásica", los países que han alcanzado un mayor grado de desarrollo son aquellos que se encuentran con mayores fuentes de energía y éstas, por inexorable designio geográfico, están situadas en los países del norte y centro, alejados de la zona templado-cálida de la Tierra.

El gran desarrollo industrial, la alta producción y consumo en masa, los elevados niveles de renta y aplicación, en resumen, del proceso acumulativo del "interés compuesto" a todas sus magnitudes económicas, característico de las grandes potencias, tiene una inmensa servidumbre que es la lucha constante del hombre por ambientarse a un

medio, sobre todo climatológico que le es totalmente adverso.

Por eso, cuando descubre el sol, un mar que no está helado, una "naturaleza" que permite la directa convivencia con ella y un cielo sin nubes y brumas permanentes surge una fuerza atractiva de tal intensidad que rompe lazos sociales y consigue que se abandone el grupo demográfico propio, las costumbres, las leyes propias e incluso la lengua y que se recorran kms. y kms. hasta poder disfrutar de ese medio acogedor.

Es interesante ver cómo los países del área mediterránea (Francia, Italia, España, Yugoslavia, Grecia y Turquía) han aumentado en los últimos siete años, de 1957 a 1963, sus ingresos globales por turismo en un 287%, pero es que además no solo ha sido un aumento de valores absolutos, sino que su participación en el total de los gastos por turismo de los países de la E. C. D. E. ha subido en el mismo período de tiempo de un 29 a un 39%, como consecuencia de los incrementos espectaculares del turismo en España, Yugoslavia, Grecia, etc. Más este fenómeno no se ha localizado no solamente en el Mediterráneo, México y California, son en este continente la prueba más de la atracción geográfica del sol.

Esta gran motivación, que puede considerarse como de origen biológico, va a constituir a largo plazo una nueva forma de tráfico internacional. Se pondrá de manifiesto una vez más la interacción del medio físico y las estructuras económicas mundiales. Superadas ya las posturas mercantilistas de cifrar el desarrollo económico en la obtención de una balanza de comercio favorable y sobrepasadas en un futuro las actuales ideas de cooperación internacional y ayuda a países subdesarrollados, se llegará a una fórmula nueva a través de un proceso que no es difícil imaginar.

El turismo realizado habitualmente hacia un país crea lazos de amistad y conocimiento mutuo que vinculan insensiblemente al visitante; para mantener propiedades de recreo, chalets, villas, etc. y por último quizá transcurridas algunas generaciones, cuando éstas se hayan familiarizado con el "país de descanso" es muy probable que al considerarlo como algo suyo se pase a la fórmula de las inversiones masivas, pero no atendiendo exclusivamente a la convertibilidad de la moneda, como se practica actualmente en los créditos y ayudas, a fin de garantizar-se la retirada de los beneficios o intereses, sino con la intención de elevar el país del que ya se consideran parte. Podría ser ésta una hipótesis a grandes rasgos del futuro del equilibrio económico internacional, que los grandes superávits se gastan en los países deficitarios a través del turismo.

En el proceso de localización de las grandes potencias económicas, fundamentadas en

la posesión de fuentes de energía abundantes y baratas, 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 largo plazo 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 el 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 fuentes nuevas 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.

Visto así, el turismo va a ser, está siendo ya, la regresión de las civilizaciones de los países fríos a los lugares biológicamente mejor preparados para la humanidad, en los que se asentaron las grandes civilizaciones, de la babilónica a la maya, hasta el advenimiento de la era industrial.

Finalmente, conviene reafirmar la idea de que la realización de toda actividad turística presupone, por parte de la población que la practica una madurez social y cultural elevada.

El hecho de viajar y salir fuera del país en 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 son, al menos formalmente, hostiles.

Dejar los propios círculos representa comúnmente para el individuo una renuncia voluntaria a facilidades que por conocidas carecen a veces de conciencia, pero cuyo abandono les supone encontrar indudables dificultades que van desde el idioma hasta la manera de conducir, pasando por la alimentación, diversiones, etc. etc. Forzosamente se requiere una elevada dosis de madurez individual para enfrentarse voluntariamente con las dificultades que el abandono temporal del medio ambiente comporta.

Así pues, en los primeros años del presente siglo el turismo estaba vedado a la gran masa de los países occidentales, no sólo por razones económicas sino porque carecían de seguridad en ellas mismas para emprender esta aventura y de información suficiente para conocer y valorar de manera justa los atractivos de estas zonas de vacaciones.

Un esbozo de cuantificación de la atracción que ejerce el medio físico nos lo pone de manifiesto una encuesta llevada a cabo en

España por el Instituto de la Opinión Pública. En ella se obtuvo que el 66% de los interrogados vino a España atraído por su clima, el 50% movido por el interés del paisaje mientras que, por ejemplo, el folklore sólo contó con un 26% de las motivaciones. Naturalmente estos porcentajes suman más de cien porque cada interrogado podía citar varias causas.

4 — Aspecto Político

Las relaciones de los pueblos son, como en los humanos, una resultante del mutuo conocimiento. Es más, nos atreveríamos a decir que las buenas relaciones son sólo el resultado de un conocimiento mutuo más profundo y que las malas relaciones son simplemente motivadas por la falta de comprensión de los problemas ajenos. Ello es perfectamente lógico por cuanto entre los humanos el amor es siempre un fenómeno derivado de la atención. Se quiere siempre aquello que se conoce, se quiere más cuando más se conoce y la incomprensión y el desinterés son puros resultados de la falta de conocimiento.

En un mundo, como éste en el que vivimos, de aislamiento profundo de unos países con otros por razón de las fronteras económicas y del fenómeno de los nacionalismos políticos, el conocimiento mutuo entre los pueblos ha sido hasta la fecha, forzosa y desgraciadamente deficiente.

No es preciso remontarse a la historia para ver hasta que punto el conocimiento de unos pueblos con otros ha estado en la humanidad siempre velado y que los avances en el aspecto económico o en el aspecto cultural de los distintos países han chocado siempre, al llegar al terreno de las realizaciones prácticas con el desconocimiento casi total de unos países por otros. Esto ha sido así porque este conocimiento tenía que estar forzosamente limitado a las esferas culturales e informativas de mucha menor eficacia que el contacto vivido, humano, directo del fenómeno del turismo en masa. Sólo éste va a dar al mundo en los próximos años la exacta medida de lo que son capaces de hacer países que se conocen íntimamente por el puro hecho de la convivencia.

Es vaticinio poco arriesgado, asegurar que va a ser precisamente este hecho del turismo masivo, el que va a posibilitar unos esquemas eficaces de conocimiento mutuo, no en el seno de las clases directoras, sino en la misma masa del pueblo en todos los estratos sociales de cada país. Ello requerirá aún quizá muchos años pero va a revolucionar la formación de opiniones en el ámbito internacional.

Nosotros tenemos, en esta línea, el ejemplo práctico del fenómeno en España. El nú-

mero total de visitantes en los últimos 10 años ha sido, en conjunto, de 63,497.725 cuyo reparto por nacionalidades, más importantes fue el siguiente:

ALEMANES	4.136.105
BELGAS	1.304.293
DANESES	432.958
FRANCESES	26.765 231
HOLANDESES	1.009.075
INGLESES	7.440.926
ITALIANOS	2.522 462
PORTUGUESES	3.679 127
SUECOS	714.118
SUIZOS	1.056.712
ARGENTINOS	514.963
BRASILEÑOS	203.116
CANADIENSES	237.429
CUBANOS	112.109
MEXICANOS	131 878
NORTEAMERICANOS	4 019.640
VENEZOLANOS	286.223
VISITAS DE ESPA- ÑOLES PROCEDENTES DEL EXTRANJERO	5 832.409

Desconocemos dentro de estas cifras la de los que han repetido las visitas. Es indudable que éstos van ganando con la frecuencia, un amor mayor al país, pero lo que es indudable es que una parte importante del mundo ha conocido de cerca nuestra manera de vivir, pero no sólo las de las capitales o grandes hoteles cuyas características y estilos son más o menos análogas, sino a través de un contacto con el pueblo, porque España ha llevado una política, y en eso se distingue de todos los demás países turísticos, de no dirigir su mirada exclusivamente al turismo de gran poder adquisitivo, sino de atraer hacia nuestro país turistas de economías medianas, con una política de precios y de promoción que ha posibilitado el que las clases medias, los trabajadores de toda Europa, hayan podido tener acceso hasta nuestros lugares de vacaciones poniéndose en contacto a través de alojamientos modestos, con mucha frecuencia en casas particulares, con la esencia viva de la familia española, incluida las más modestas.

El resultado ha sido que la valoración de nuestra idiosincrasia que al margen de lo contingente está representado por nuestro acervo, religioso, moral, en resumidas cuentas vital, de nuestras gentes, ha ganado pun-

tos rápidamente en la conciencia de nuestros visitantes, hasta el punto de que lo español, desde los libros a los muebles, desde el aprendizaje del idioma al baile folklórico, ha alcanzado una cotización en el mundo occidental que no podíamos ni siquiera sospechar hace diez años. Ello se ha debido, no nos engañemos, al fenómeno turístico, y a la gran cifra de las gentes que han visitado España para conocer su verdad, para saber quizá tras siglos de incompreensión, su exacta y profunda dimensión.

Cuando vemos cada año la riada de habitantes extranjeros que vienen a pasar sus vacaciones con nosotros dudamos seriamente de que podamos entrar en conflicto de ninguna clase con dichos países a cuyos habitantes queremos y de cuyos habitantes nos hacemos querer.

Quizá pueda parecer excesivo el énfasis de éstas afirmaciones, dados los límites todavía reducidos del fenómeno turístico; pero si pensamos en el mantenido crecimiento de éste, si convenimos en que se trata de un proceso irreversible, porque está íntima y directamente ligado con el crecimiento del nivel de renta de los distintos países, si imaginamos el mundo del futuro próximo con un insospechado perfeccionamiento de los medios de transporte no es aventurado suponer un auge inconcebible hoy del turismo.

La posibilidad en este momento de que el conocimiento de un país sobre otro sea más íntimo, más humano, y más compartido por la honesta opinión pública, alumbrará en el terreno de las relaciones un nuevo esquema mundial en el que habrán quedado proscritos toda una serie de roces que plantea ahora el desconocimiento básico que cada país tiene de otro.

Pero este aspecto político, meramente subjetivo, envuelve otros de carácter económico y comercial que completan el cuadro de las relaciones. El turista se interesa por las obras y los productos del país que visita y el renglón de ventas de estos productos, que no se reflejan en las estadísticas aduaneras— desde las prendas de vestir a los discos, pasando por toda clase de souvenirs— es muy grande y ejerce unos efectos de publicidad multiplicados al ser utilizados en los países de origen del turismo. Una nueva partida de exportaciones invisibles viene así a engrosar la balanza comercial clásica. Y queda la cultura, el interés general por el país que se recuerda, el deseo de un conocimiento mayor de una lengua que va aprendiéndose, el interés por sus monumentos, por sus libros...

El gran abanico de las posibilidades del turismo está sólo medianamente desvelado, pero con estos breves toques queda centrada su importancia y lo extenso de su impacto político.

5.—Importancia Económica del Turismo

El turismo se encuentra íntimamente ligado a una serie de factores económicos internacionales, por lo que su importancia en este sentido es enorme. El consumo, la inversión, las transferencias de moneda extranjero, la distribución, la localización regional etc. etc son los sectores económicos, entre otros, de la vida moderna que se encuentran influidos en mayor o menor grado por el turismo.

Unos nueve mil millones de dólares ha sido renta generada por ese extraordinario flujo humano que, abandonando su propio país se ha lanzado a dar contenido a su "ocio" durante el año 1963; el incremento sobre el año anterior, en el que se produjo un volumen de gastos turísticos de siete mil novecientos ochenta millones de dólares ha sido del 13%.

No debe extrañar que el brillo deslumbrador de éstos miles de millones de divisas haya impedido, generalmente, valorar los efectos sociales y culturales que el turista ha inducido recíprocamente en los países visitante y visitado.

El interés enorme que se ha tenido siempre por los problemas de comercio internacional ha descansado fundamentalmente en la carencia secular de divisas, que ha agobiado a tantos países; principalmente a aquellos cuyo desarrollo de producción del sector secundario e industrial es bajo, y que han visto continuamente deteriorarse su relación real de intercambio, puesto que eran oferentes exclusivos de productos agrícolas o extractivos del sector primario.

Más, de pronto sin que se modifiquen las estructuras comerciales, aparecen unos movimientos de divisas que se reciben con sorpresa y hasta con incredulidad, esperando en algún momento el amargo despertar de ese sueño dorado. Y el creador de esta auténtica revolución financiera internacional es el turismo, así pues, no podemos negarle su carácter revolucionario en este aspecto.

Las divisas extranjeras ingresadas, con la capacidad de compra que proporcionan, con la potencialidad de inversiones e importaciones que conceden, han sido el centro de la consideración económica del turismo, pero es que ellas por sí solas no agotan el campo de las posibilidades, sino que hay otras muchas actuaciones económicas que origina y que es preciso ponderar debidamente.

El turismo es un factor de desarrollo económico nacional por cuanto, origina un incremento del consumo en los países receptivos, pero es que además del efecto directo que ha tenido sobre la Renta Nacional de los mismos, es preciso señalar que a través del efecto "acelerador" produce una elevación de las inversiones en el conjunto de la industria, principalmente turística, hoste-

lería, alojamiento, objetos típicos, comunicaciones, etc. etc. que sumados a las inversiones autónomas generan una elevación del conjunto del Producto Nacional.

Si a esto le unimos el incremento de la liquidez interna, a la que Keynes consideraba como un factor fundamental para la creación de riqueza, producida por la conversión de las divisas en moneda nacional y el

aumento del empleo como consecuencia de la creación de nuevos puestos de trabajo en esta industria, se tendrá un cuadro amplio de la influencia favorable del turismo sobre la economía nacional.

La distribución por continentes del gasto turístico mundial fue la siguiente en el año 1963:

PAISES	Millones de dólares	Porcentaje
Europa	5.437,3	60,5
América del Norte	1.482,9	16,5
América Latina	1.218,3	13,5
Asia y Australasia	489,3	5,0
Africa	225,8	2,5
Oriente Medio	105,5	2,0
Total	9.004,1	100,0

Nuevamente aparece el lugar destacado que ocupa Europa y América del Norte, en correcta analogía con el volumen de turistas, en la distribución de los gastos por turismo, puesto que comprenden el 77% de los mismos

Con objeto de realizar una comparación de la importancia que tiene el turismo en di-

versos países y ante la imposibilidad de reducirlo a un índice único, análogo a los de producción industrial, por ejemplo, buscaremos una serie de índices indirectos que nos permitan llegar al conocimiento de la situación relativa de cada nación.

Uno de ellos es el de los ingresos y gastos turísticos por habitante referidos a 1963:

PAIS	Ingresos por habitante	Gastos por habitante
EE. UU.	4,9 dólares	10,9 dólares
Suecia	16,0 "	20,0 "
Canadá	28,8 "	28,6 "
Suiza	72,1 "	28,0 "
Nueva Zelandia	9,6 "	17,0 "
Australia	5,3 "	9,5 "
Dinamarca	30,7 "	25,8 "
Reino Unido	10,2 "	12,6 "
Noruega	19,6 "	17,7 "
R. F. Alemana	11,1 "	21,6 "
Países Bajos	17,8 "	17,9 "
Bélgica	17,0 "	23,9 "
Austria	59,4 "	15,3 "
Italia	18,5 "	3,30 "
Grecia	11,2 "	3,25 "
México	22,9 "	
España	29,3 "	2,12 (Año 1964)
Turquía	0,25 "	0,60 dólares
Yugoeslavia	3,5 "	0,47 "

El otro consiste en la comparación de la balanza turística con la de transacciones corrientes así como con los ingresos por exportaciones valoradas f.o.b. y con los pagos por importaciones valorados de la misma forma y todo ello referido a los valores obtenidos el año 1962.

El análisis más detenido correspondiente a la situación española durante el período

comprendido entre los años de 1960 y 1964, de las cifras que nos da 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 sitúa sin duda en la rúbrica más importante de los conceptos positivos de nuestro saldo exterior.

Años	1.960	1.961	1.962	1.963	1.964
1-Saldo Turístico	246,46	330,51	465,83	611,06	852,05
2-Exportaciones	745,17	745,17	788,3	785,25	988,0
% de 1 s/4	40	50	65	86	92
3-Importaciones	688,11	1.037,90	1.490,19	1.788,62	2.066,96
% de 1 s/5	43	37	34	38	44
4-Saldo Balanza Comercial	57,06	278,71	701,89	1.003,37	1.078,96
% de 3 s/6	433	115	66	60	78

En 1.963 España ocupó el 4º lugar, por ingreso, en el Turismo de los países de la O.E.C.D.

De la observación del cuadro anterior vemos que las cifras relativas a ingresos por turismo se incrementan progresivamente, lo que no ocurre en las de exportaciones que lo hacen a un ritmo bastante menor.

El cuadro que nos refleja la rúbrica de las importaciones es una consecuencia lógica de la política de liberalización iniciada en el año 1.959 con el Plan de Estabilización y acusada más intensamente en los últimos años debido a la preparación y puesta en marcha del Plan de Desarrollo.

Ejemplo harto elocuente de ello es que las importaciones del año 1.964 fueron tres veces superiores a las realizadas en 1.960.

El porcentaje de los ingresos turísticos sobre las exportaciones corrientes nos refleja unas cantidades crecientes que oscilan desde el 40% en 1.960 hasta el 92% en 1.964, lo que nos muestra que el sector turístico ha entrado con tanta fuerza en la Economía Española que palia la falta de elasticidad de adaptación de los sectores exportadores a la nueva situación de desarrollo así como llena el "lag" que la exportación sufre hasta que se maduran las importaciones de bienes de equipo y capital hechos últimamente.

Por el contrario, vemos que no obstante haber crecido las importaciones en un 300% en estos cinco años los ingresos han permitido financiar un porcentaje muy aproximado de ellas durante ese período puesto que sus

valores fueron 43, 37, 34, 38, y 44% respectivamente del año 1.960 a 1.964.

Según datos proporcionados por el Consejo de Economía Nacional, los recursos disponibles en 1.964 ascendieron a 755.663 millones de ptas. (comprende el Producto Nacional bruto a precios de mercado más la aportación neta del comercio exterior) y de ellos 30.700 millones de ptas. correspondieron a consumo por turismo. Estos recursos disponibles se incrementaron sobre el año anterior en un 17 y 12% respectivamente en 1.963 y 1.964, mientras que el consumo por turismo de esos recursos disponibles aumentó en un 32 y 37% estos mismos años. Es evidente el dinamismo del sector turístico que ha mantenido unas tasas de crecimiento superiores a las del resto de la Economía española, aumentando con ello su participación relativa en la misma y su peso como generador de renta. Aproximadamente supone de un 7 a un 10% del consumo interior.

Este consumo se distribuye, según recientes estadísticas realizadas en España en los siguientes porcentajes.

ALOJAMIENTO	17,8%
COMIDA	24,4%
TRANSPORTES	5,4%
DIVERSIONES Y ESPECTACULOS	14,9%
COMPRAS VARIAS	37,5%

En resumen y como síntesis de las actuaciones en el año y medio transcurrido del Plan de Desarrollo Español se puede afirmar que el Sector Turismo ha cumplido dos grandes funciones, contenidas en la programación del mismo.

En primer lugar ha sido el sector que ha proporcionado las divisas extranjeras precisas para afrontar las exigencias de importaciones de equipo y bienes de capital que todo plan de crecimiento necesita para su propia realización, proporcionando asimismo una independencia exterior y una libertad de acción que los medios normales de financiación, préstamos extranjeros y créditos de Organismos de Cooperación internacional no son capaces de garantizar.

En segundo y último lugar, ha sido uno de los sectores más dinámicos del interior, colaborando enérgicamente a la elevación de la inversión privada y al crecimiento del empleo, por lo que el ciclo económico recorrido por el sector turismo ha sido completo y con resultados inmejorables.

6 —El Gran Futuro del Turismo

Definida la importancia del turismo desde el punto de vista humano, convenido el gran valor que ofrece desde el punto de vista político, situado su crecimiento dentro del proceso irreversible del aumento de la renta "per capita" de los distintos países, es fácil predecir que, salvo causas dramáticas en el devenir internacional, el turismo va a desbordar por su masiva importancia, las repercusiones de acaecimientos anteriores de la civilización occidental que jalonaron su Historia dejando impronta indeleble de su paso.

Ante este futuro la gran comunidad hispano-americana de naciones debe protagonizar el papel que la Providencia le tiene sin duda reservado en este gran movimiento. Dos países de esta comunidad, aquí presentados, pueden considerarse pioneros destacados de este movimiento y están experimentando, por vía práctica, la gran importancia del fenómeno. Estos países son España y México. Situados junto a comunidades de mentalidades distintas a las propias y con gran poder adquisitivo (Europa y Estados Unidos) se han dado en ellos el fenómeno en toda su intensidad y es fácil predecir que el mismo se extenderá en el futuro inmediato

a los países centro americanos que tienen el mismo cielo azul, las mismas playas soleadas, la misma belleza de costas y paisajes.

Los países de América del Sur, poseedores de grandes tesoros históricos, fueron lugar de desarrollo de civilizaciones gloriosas que, a la par de las de Europa y Norte de Africa asentaron en estas tierras las formas más antiguas de comunidades humanas. Estos países tienen ante sí también el gran porvenir de esa regresión de que hablábamos antes de las grandes civilizaciones industriales hacia los lugares en que la Humanidad asentó desde antiguo sus comunidades. Pero hay además otro gran movimiento de aproximación que es el de los países de la comunidad hispano-luso-americana entre sí, porque si dijimos antes que de estas fórmulas de convivencia saldría la mejor forma de comprensión entre los pueblos, su aplicación al caso concreto de las naciones de esta gran comunidad se limita pura y simplemente a mejorar el trato de los que fueron desde su nacimiento hermanos.

Somos herederos pro-indiviso de una larga y bella historia, y esa larga y bella historia que los fenómenos de aislamiento nacional quizá nos han hecho olvidar con frecuencia, alcanzará toda la fuerza de la llamada de la sangre cuando, en contacto más íntimo recordemos, con iguales esquemas mentales, hablando el mismo idioma y rezando las mismas oraciones, todo un acervo moral que compartimos y que podemos y debemos ofrecer a los extranjeros que vienen a visitarnos quizá por eso mismo.

En el momento actual es difícil precisar las etapas del gran movimiento turístico, pero de lo que no hay duda es de que en este retorno de las civilizaciones industriales a los lugares más viejos de la humanidad, las naciones hispano-luso-americanas tendrán siempre una palabra que decir y si logramos que esa palabra sea la misma desde todos los puntos de la inmensa cruz cuyos brazos van de las Islas Filipinas a la Península Ibérica, y cuyo tronco se extiende desde Méjico al Cabo de Hornos, será difícil que alguien deje de escucharla.

El pasado no ha muerto y el futuro no está escrito, ¡ojalá seamos capaces de elaborar un futuro común sobre la unidad del pasado en una de las grandes ocasiones que la Historia puede deparar a este gran bloque de naciones!