

La gallina de los huevos de oro

La historia económica española está llena de explicaciones milagreras, que han calado incluso en el lenguaje popular con sus jaujas, sus eldorados, sus peruleros y sus indianos. Sin embargo, todos sabemos a dónde nos ha llevado nuestra pasada historia económica y, por ello, va siendo hora de desechar los tópicos milagrerros. Esto es tanto más necesario en cuanto, en nuestros días, aparecen nuevas gallinas de oro con las que se pretende explicar el supuesto milagro español. La gallina dorada más ponedora, según se nos dice por todas partes, es el turismo.

No vamos a negar los efectos benefactores del turismo que son, indudablemente, muchos. Los medios de pago al exterior que nos proporciona son más del 50 % de las exportaciones de mercancías y, desde luego, ha superado a cualquier renglón en especial. También es cierto que es una industria en sí, que proporciona ventas y empleo, y hasta contribuye como factor estabilizador del desarrollo regional tan querido por algunos. Pero es asimismo cierto que presenta los inconvenientes de todo fenómeno sujeto a la moda y a la estacionalidad, y que sirve de coartada para los que no tienen interés alguno en el fomento de las exportaciones. Mas, en ciertas coyunturas, ya se le ha oído decir a algún Ministro que su acción sobre la demanda efectiva es indeseable. Pero no es este balance el que aquí nos interesa. Lo único que pretendemos es atender al fenómeno turístico, que no es ningún maná, llovido de la afluente Europa, sino que tiene sus explicaciones económicas nada milagrosas.

Una de ellas, es la elasticidad-precio del turismo. Los precios comparativamente bajos de la mayoría de los bienes y servicios de interés para el turista pueden considerarse como un incentivo suficiente, sobre todo si se tiene presente que el turista que nos visita, a juzgar por el gasto medio diario, no es precisamente un nabab. La atención al nivel de precios es, por lo tanto, doblemente aconsejable: tanto por razones internas, para que no nos veamos cogidos en la trampa de la inflación, como para no cegar la fuente de divisas más generosa.

Otro factor importante es la elasticidad-renta. La continua mejora de las rentas de los europeos les ha llevado a una fase en la que el turismo ya no

puede considerarse como un servicio de lujo. Es cierto que el incremento de nuestros turistas ha superado y supera al crecimiento del turismo en total. Pero, quizá, mirando las cosas con más detenimiento, no existan tantos motivos de complacencia. Sería interesante saber, por ejemplo, si participamos del mismo modo preferente en el turismo marginal de cada año y cada país. A juzgar por las agencias de viajes extranjeras y por noticias difusas se puede pensar que Yugoslavia y Grecia están ganando terreno a costa nuestra donde los costes comparativos del transporte dejan margen suficiente para la elección.

Con todo, el factor de máxima influencia en la expansión de nuestro turismo podría muy bien ser lo que se puede llamar elasticidad-automóvil del turismo. Por otra parte, contamos con el índice que nos proporciona el hecho de que el turismo motorizado representa cada vez una parte más significativa del total. Por otra parte, se puede aventurar que existe alguna relación entre la explosión de la matriculación de vehículos en Europa y el turismo recibido por nosotros. La creciente movilidad de la sociedad europea es la que ha decretado que ya no hay Pirineos.

Estos tres factores, unidos a la liberación de los controles de divisas y a la simplificación de otros trámites de todo tipo son, en nuestra opinión, los fundamentales.

Es indudable que hay otros factores que juegan a nuestro favor, como el clima, pero su carácter de dato nos permite relegarlo a un segundo lugar. El color local, al que se le atribuye excesiva importancia, no debe olvidarse. Por más que nuestra historia y nuestra cultura, nuestros paisajes y nuestro folklore cuentan sin duda los factores citados anteriormente.

El cuento de la lechera

La balanza de pagos del 62 empieza a dar que pensar. En el último trimestre han empezado a aparecer déficit y, aunque en diciembre, el signo haya vuelto a ser positivo, la comparación mes a mes con el año anterior no deja lugar a dudas sobre el deterioramiento de nuestra posición. Las remesas de los emigrantes empiezan a adquirir un carácter estratégico en la financiación de nuestro comercio exterior y aunque ya hemos expresado nuestra opinión sobre la emigración y su necesidad, no deja de ser paradójico que la base de nuestro poder de compra al exterior la proporcione, por una parte, el exterior mismo, mediante el turismo y, por otra, el trabajo de los españoles en el exterior. En cierto sentido, esta situación no es ninguna novedad. De antiguo, algunos sectores productivos del país han financiado su crecimiento esquilmando a los que podían vender algo fuera de las fronteras. El peligro estriba ahora en que se encuentre todavía más cómodo el sistema actual.

En todo caso, y volviendo estrictamente al turismo, está claro que su crecimiento no puede absorber la enorme propensión marginal a importar de nuestro sistema. Por otra parte, bien pudiera ser que nos estuviéramos acercando —aún de lejos— al punto de saturación de nuestro turismo. Por lo menos a la vista del ritmo de crecimiento del mismo se puede asegurar que hemos pasado de la parte convexa de la curva a la cóncava. Bueno será que no nos entretengamos en hacer las cuentas de la lechera y que el Plan

de Turismo que se anuncia ate bien todos los cabos de lo que podemos hacer y ocupe dentro del Plan de Desarrollo el lugar importante, pero menos, que le corresponde.

Más baldosas amarillas y negras

En definitiva todo consiste en elegir las buenas baldosas. Desde el informe del Banco Mundial es mucho lo que ha hecho el Ministerio competente para alinearse con las recomendaciones. Se han asignado 1.400 millones al crédito hotelero y parece ser que la concesión de los créditos se hace con menos pegas burocráticas y de otra índole que en el pasado. Además el Subsecretario del Turismo, señor Rodríguez Acosta, en su conferencia de prensa de diciembre, insistió en que se daría prioridad a los hoteles de primera B y segunda, que, según las cifras de que disponemos, son los más adecuados al turismo que nos visita. Por una vez, la megalomanía parece ceder el paso a la razón. Las previsiones de nuevas habitaciones superan incluso a las recomendaciones del Banco, aunque está por ver hasta dónde seguirá la iniciativa privada. El fomento de las inversiones extranjeras puede contribuir a que no se estanque este sector. Otra baldosa amarilla ha sido la supresión del control de precios. Ante este hecho, las declaraciones en el sentido de que los precios se mantendrán por debajo de los europeos y al alcance de los bolsillos españoles no son más que expresiones de piadosos deseos, ya que los precios dependerán, más que nada, de cómo se vayan llenando los hoteles. Se ha anunciado la ley de zonas turísticas y en la elección de polos de crecimiento se ha tenido en cuenta el sector turismo, pasos que también se pueden considerar en baldosas amarillas. En el Plan de Carreteras no se olvida la importancia que para el turismo tiene la infraestructura de transportes. Es de esperar que se estudie la racionalización de las rutas aéreas y se conceda a los vuelos "charters" la importancia que tienen. Es de esperar también que se rompan las limitaciones de transporte que impiden la absorción de todo el turismo punta veraniego en algunas zonas, muy en especial en Mallorca, a costa de lo que sea. Es de esperar que la coordinación con la RENFE se haga realidad y que ésta adopte criterios comerciales en sus relaciones con el turismo. Es de esperar que la demanda adicional de capital social general (conducciones de agua, telecomunicaciones, transporte de energía eléctrica) se vea satisfecha. Estas son otras tantas baldosas amarillas que conviene ir pisando cuanto antes si no queremos que se pierdan los beneficios del turismo.

Frente a estas medidas es indudable que se han anunciado otras que no pueden merecer la misma aprobación por su carácter más bien retórico. Casi todo lo que se ha dicho de la estacionalidad tiene este aspecto, a menos que se acompañe de medidas selectivas. Que en España haya caza no tiene mucha importancia, si no se gasta en publicidad selectiva para hacerlo saber. Que haya nieve, y aun nieve barata, no es suficiente, a menos que se prime a las instalaciones de este tipo, y aún así. Porque lo que no podemos hacer es modificar los hábitos de vacaciones de los demás. En el Pirineo se puede hacer algo en este aspecto, pero la sierra madrileña y Sierra Nevada caen un poco lejos del ecumene europeo para el esquiador de fin de semana que es el más importante numéricamente. Que la nieve de Sierra

Nevada esté a dos horas de Motril es una proposición verificable, al igual que se puede verificar en el Líbano la proximidad de la nieve y del mar, pero ambas verificaciones son de dudosa utilización para el turismo masivo.

Una baldosa amarilla que no acaba de pisarse es la de las funciones del Ministerio. En el informe del Banco se advertía contra las posibilidades del "peligro de que las necesidades puedan quedar subordinadas a otras en un Ministerio que se ocupa de cuestiones fundamentalmente distintas". Es cierto que se ha desdoblado funcionalmente la subsecretaría, pero la promiscuidad de la información y el turismo sale a la superficie en algunos proyectos. Tal es el caso del turismo nacional, cuando se habla de rutas culturales y aun informativas. El turismo nacional aparecerá como fenómeno masivo cuando lo autorice la renta y nada parece indicar que tenga que preferir los nuevos pantanos, la ruta jacobea, los nuevos regadíos o el doncel de alabastro de Sigüenza. En este sentido, tampoco se pueden aplaudir los 400 millones que se destinan a paradores y albergues, por lo menos en tanto no se pongan en claro las normas contables a que se les va a someter. Es de esperar en todo caso que su construcción no obedezca a los criterios a que obedeció en el pasado, como el comedor de chóferes y el comedor de "señores", que no cuadran con la estructura social de Europa.

Otra baldosa amarilla que no convendría olvidar es el fomento de la iniciativa local y regional. Hay Ayuntamientos, Diputaciones y otras corporaciones y asociaciones e incluso sociedades con fines lucrativos que están rabiando por hacer cosas. Todo consiste en que se les dé dinero suficiente. Por ejemplo, con flexibilidad no sería imposible que esas instituciones contribuyesen al adecentamiento de las estaciones ferroviarias, instalando quioscos de información. La recomendación del Banco de transferir la póliza de turismo a las autoridades locales no debe echarse en saco roto. En todo caso, éstas serían más celosas en la vigilancia de la misma y podrían hacer frente con mayor facilidad a la picaresca de la póliza que se convierte en dos, fijándola sólo en las matrices.

El suburbio de Europa

Antes de llegar a las conclusiones que nos sugiere este editorial, es menester insistir en un punto capital: la organización de la información estadística. Para acabar con el mito del turismo por las buenas, y aceptar el enfoque económico del turismo es preciso tener información muy detallada, fiable y susceptible de elaboración. En este momento no sabemos con precisión qué déficit de capacidad hay en la industria hotelera, dónde y cuándo. No disponemos de estadísticas completas de pernoctas, pese a que los ya nutridos archivos de la Dirección General de Seguridad en la sección de Hospedería deben estar ahí. No se sabe la gasolina que se beben los extranjeros y apenas a dónde van, como no sea por inferencias de lo más toscas. En este punto cualquier esfuerzo será poco.

En 1958 los ingresos oficiales por turismo sólo fueron 71 millones de dólares, cinco menos que en el año anterior y unos veinte menos que en cada uno de los años del trienio 54-56. Sin embargo, el número de turistas pasó en el mismo tiempo de 1.700.000 a 3.600.000. Es inconcebible, como no sea por ignorancia de datos, que no se tomasen las medidas oportunas

antes de 1959. En el futuro, los datos tienen que estar bien a mano, si no se quiere volver a cometer errores como ése que nos habrá costado nuestros buenos millones de dólares.

En resumen, a la gallina de los huevos de oro hay que alimentarla si se quiere que siga poniendo. Pero sobre todo hay que rebajarla al grado de gallina corriente y moliente. La actitud milagrosa de los órganos de opinión ante el turismo da mucho que pensar. Hemos llegado a creer que los extranjeros vienen a España exclusivamente porque aquí estamos nosotros que somos la mar de hospitalarios y la mar de simpáticos. Esta es una premisa falsa, como hemos podido ver, pero es además alarmante porque denuncia toda una actitud ante el problema del desarrollo. Si nuestras instituciones —desde los toros a los limpiabotas pasando por la comida de tres platos de quien puede— son lo que son, lo son en función de nuestro grado de desarrollo. Si creemos que los extranjeros vienen únicamente por esto, es que no estamos muy dispuestos a arrimar el hombro al desarrollo. El desarrollo es, a fin de cuentas, función sobre todo de las ganas de desarrollarse. ESPAÑA ECONOMICA quiere el desarrollo, cree que la mayoría de los españoles lo quieren y, por ello, no puede contribuir a la conversión del país en el suburbio de Europa, aunque sea con bungalows, pasando en silencio un tema como éste.

Bien está que aprovechemos el turismo en lo que puede contribuir a nuestro desarrollo, pero no olvidemos que es raro el país desarrollado que presenta una balanza de turismo favorable. No hay que esperar que el desarrollo nos lo traigan a casa, en sus ratos de ocio, los europeos.

JUAN GERONA