

III

PLAN

DE DESARROLLO

ECONÓMICO

Y SOCIAL

Turismo e Información
y Actividades Culturales

1972-1975

Turismo e Información y Actividades Culturales

El presente volumen recoge, resumida y selectivamente, los trabajos realizados por la Comisión de Turismo e Información y Actividades Culturales de la Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social, que han servido de base para la elaboración del texto del III PLAN para el cuadrienio 1972-1975.

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO
Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social

Depósito Legal; M 5.164-1972

Imprenta Nacional del Boletín Oficial del Estado

SUMARIO

	Páginas
1. El Turismo en 1970	13
1.1. La demanda turística	13
1.2. La oferta turística	18
1.2.1. Los alojamientos turísticos.....	18
1.2.2. La industria auxiliar y complementaria	41
1.3. Infraestructuras turísticas	47
1.4. La formación profesional	49
1.4.1. El sector turístico, empresas y actividades	49
1.4.2. La formación en sus diversos niveles y especialidades.....	52
1.4.3. La organización de la enseñanza turística y hostelera	54
1.4.4. La situación actual de las enseñanzas de hostelería.....	56
1.4.5. Situación actual de otras enseñanzas turísticas.	61
2. Directrices de Política de Desarrollo	64
3. La evolución del turismo en el cuatrienio 1972-1975.....	75
3.1. Ingresos y gastos por turismo	76
3.1.1. Los ingresos por turismo	76
3.1.2. Los gastos por turismo	80
3.1.3. La balanza turística	81
3.2. El número de visitantes y el turismo interior	82
3.2.1. El número de visitantes	82
3.2.2. Turismo Interior	84
3.3. Los alojamientos turísticos y las industrias turísticas complementarias	85

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

3.3.1. Los alojamientos turísticos.....	85
3.3.1. Las industrias turísticas complementarias	87
3.3.2. Puestos de trabajo a crear en los distintos tipos de establecimientos de la oferta turística.....	90
3.3.3. La inversión necesaria	94
3.4. Otros recursos turísticos	96
3.4.1. Costas y playas.....	97
3.4.2. Los puertos deportivos	105
3.4.3. Estaciones turístico-deportivas de montaña.....	109
3.4.4. Campos de golf	112
3.4.5. Los recursos turísticos naturales del medio rural.....	118
3.4.6. Las estaciones termales.....	121
3.4.7. Resumen general de empleo e inversiones en otros recursos turísticos	124
3.5. Infraestructuras sanitarias en zonas turísticas litorales	125
4. Los programas del sector público	132
4.1. Acciones de promoción del turismo	134
4.1.1. Promoción del turismo exterior	135
4.1.2. Promoción del turismo interior	138
4.2. Alojamientos turísticos	139
4.2.1. Paradores nacionales	140
4.2.2. Ciudades modélicas.....	140
4.2.3. Ciudades y residencias de vacaciones	141
4.2.4. «Caravaning».....	141
4.2.5. Burgos turísticos.....	141
4.3. Otras actuaciones	142

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

4.3.1.	Enseñanzas turísticas	142
4.3.2.	Agencias de turismo	143
4.3.3.	Mesones Españoles	143
4.3.4.	Termas	144
4.3.5.	Acciones sobre el medio rural	144
4.3.6.	Ordenación de costas y playas	145
4.3.7.	Puertos deportivos.....	145
4.3.8.	Estaciones de montaña	146
4.3.9.	Infraestructuras sanitarias eh zonas turísticas	146
4.4.	Programa de inversiones publicas	146
4.5.	Resumen de los objetivos y actuaciones.....	147
5.	Prensa y agencias informativas	151
5.1.	Prensa diaria.....	152
5.2.	Prensa no diaria	154
5.3.	Las principales acciones del sector público.....	156
5.4.	Agencias informativas.....	156
6.	Televisión	160
6.1.	Objetivos.....	161
6.2.	Programas del sector público	162
6.3.	Las inversiones públicas	169
7.	Radiodifusión estatal.....	171
7.1.	Objetivos.....	172
7.2.	Programas del sector publico	173
7.3.	Las inversiones públicas	176
8.	NO-DO	181
8.1.	Objetivos.....	182

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

8.2. Las inversiones públicas	183
9. Publicidad	184
9.1. Evolución histórica	185
9.2. El gasto publicitario	187
9.2.1. Total	187
9.2.2. Por medios	188
9.2.3. Por grupos de productos.....	191
9.3. Previsiones para el cuatrienio 1972-1975	193
9.4 Problemática del sector	197
9.4.1 Incidencia social.....	197
9.4.2. Consumo de productos nocivos.....	199
9.4.3. Consumo de productos nocivos.....	200
9.4.4 Prácticas desleales.....	201
9.4.5 Empresas de capital no nacional.....	202
9.4.6 Difusión de medios	203
9.4.7 Espacios publicitarios y su tarificación	204
9.4.8 Presión fiscal.....	204
9.5 Objetivos.....	205
9.5.1. Anunciantes	205
9.5.2 Agencias	206
9.5.3. Medios	207
9.5.4. Profesionales	207
9.5.5. Consumidores	208
9.5.6. Instituciones.....	209
10. Sistemas electromagnéticos de uso doméstico para la difusión de imágenes	211

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

10.1.	Situación actual.....	212
10.2.	Variantes técnicas.....	213
10.3.	Problemas generales.....	217
10.4.	Consideraciones en torno al interés de los programas de uso doméstico	221
10.5.	Reacción previsible de la industria cinematográfica y de la televisión publica.....	225
10.6.	Resumen	228
10.7.	La situación en España	230
10.7.1.	Perspectivas.....	230
10.7.2.	Normativa	231
10.7.3.	Incidencias en la industria nacional	232
11.	Resumen de actuaciones	233
11.1.	Objetivos y actuaciones	234
11.1.1.	Prensa	234
11.1.2.	Agencias informativas	234
11.1.3.	Televisión	234
11.1.4.	Radiodifusión estatal.....	235
11.1.5.	NO-DO.....	236
11.1.6.	Facultad de Ciencias de la Información.....	236
11.2.	La inversión pública.....	236
12.	Acción cultural	238
12.1.	Acciones a realizar en el cuatrienio 1972-1975.....	242
12.1.1.	Dirección General de Cultura Popular y Espectáculos	242
12.1.2.	Delegación Nacional de Cultura	245
12.1.3.	Dirección General de Relaciones Culturales	247

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

12.1.4. Instituto de Cultura Hispánica	250
13. Teleclubs.....	251
13.1. Nuevos condicionamientos.....	252
13.2. Número de teleclubs.....	255
13.3. Clases de teleclubs	256
13.4. Los medios y actividades.....	256
13.5. Actuaciones en el cuatrienio 1972-1975.....	266
14. Industria cinematográfica	269
14.1. Producción.....	270
14.1.1. Objetivos y previsiones.....	270
14.1.2. Acciones a realizar.....	270
14.1.3. Inversiones y su financiación.....	271
14.1.4. Rodaje de películas extranjeras en España	272
14.1.5. Instalaciones fijas.....	272
14.2. Distribución interior	272
14.2.1. Objetivos y previsiones.....	272
14.2.2. Acciones a realizar.....	273
14.2.3. Inversiones y su financiación.....	273
14.3. Exportación	273
14.3.1. Objetivos y previsiones.....	273
14.3.2. Acciones a realizar.....	274
14.3.3. Inversiones y su financiación.....	274
14.4. Exhibición.....	275
14.4.1. Objetivos y previsiones.....	275
14.4.2. Acciones a realizar.....	275
14.4.3. inversión y su financiación.....	276

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

14.5.	Resumen general.....	276
14.5.1.	Objetivos y previsiones.....	276
14.5.2.	Las principales acciones del sector público en el III Plan de Desarrollo.....	277
15.	Teatro.....	280
15.1.	Objetivos.....	281
15.2.	Situación actual del teatro en España	282
15.2.1.	Teatro privado	282
15.2.2.	Teatro de gestión estatal.....	284
15.2.3.	Ausencia del teatro español en el extranjero.....	284
15.2.4.	Documentación teatral.....	285
15.3.	Acciones a realizar en el próximo cuatrienio	285
15.3.1.	Acciones para el desarrollo del teatro en el interior del país.....	285
15.3.2.	Acciones para intensificar la presencia del Teatro español en el extranjero	288
15.3.3.	Acciones para conservar los documentos y medios creados por el Teatro español a través de su historia	289
15.3.4.	Las inversiones públicas.....	290
16.	El libro y la industria editorial	291
16.1.	Objetivos y previsiones	292
16.2.	Los problemas del sector	294
16.2.1.	El crédito y la industria editorial	294
16.2.2.	Problemas de orden tributario	295
16.2.3.	Problemas de orden legal.....	296
16.2.4.	Problemas de la exportación	297
16.3.	Las inversiones privadas	297

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

16.4.	Propaganda, publicidad y difusión de los libros españoles ...	300
16.5.	Resumen de actuaciones	302
17.	El disco	305
17.1.	Evolución del mercado del disco y previsiones sobre el mismo 306	
17.2.	Comercialización	311
17.3.	Inversiones	313
17.4.	El disco como vehículo de cultura	314
17.5.	Mercado común y americano	316
18.	Medios técnicos al servicio de la enseñanza.....	317
18.1.	Previsiones para el cuatrienio 1972-1975	318
18.2.	Acciones a realizar	320
19.	Espectáculos varios.....	323
19.1.	Los toros	324
19.1.1.	Características de la «fiesta nacional»	324
19.1.2.	Problemas de la «fiesta nacional»	329
19.2.	Parques de atracciones y ferias ambulantes.....	331
19.2.1.	Características de esta industria	332
19.2.2.	Acciones a realizar en el III Plan de Desarrollo	334
19.3.	Salas de fiestas, salas de baile y tablao flamencos	334
19.3.1.	Características generales	334
19.3.2.	Acciones a realizar.....	339
20.	Deportes.....	341
21.	Resumen de actuaciones	352
21.1.	Las actuaciones en el cuatrienio 1972-1975	353
21.1.1.	Acción cultural	353

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

21.1.2. Cinematografía	354
21.1.3. Teatro.....	354
21.1.4. Promoción del libro	355
21.1.5. Deportes.....	356
21.1.6. Otras actuaciones.....	356
21.2. La inversión pública.....	357
RELACION DE MIEMBROS DE LA COMISION DE TURISMO E INFORMACION Y ACTIVIDADES CULTURALES	358

1. El Turismo en 1970

En todo proceso de planificación resulta necesario, antes de realizar las previsiones sobre las variables objeto del estudio, el conocer realmente de qué situación se parte y cuál ha sido la evolución histórica del sector. En el caso del turismo este análisis es fundamental, no sólo por la importancia cualitativa y cuantitativa que tiene en el proceso de desarrollo español, sino, asimismo, por la relativa modernidad de esta importancia. Por todo esto se estima procedente el hacer una recapitulación de lo acaecido en este fenómeno en la última década, observando su evolución y estudiando sus características y también sus problemas.

1.1. La demanda turística

En la década de los años sesenta, la explosión turística fue espectacular. Como se puede observar en la tabla I.1, el número de visitantes a lo largo de los diez últimos años se multiplicó prácticamente por cuatro, pasando de más de seis millones de visitantes en 1960, a más de 24 millones en 1970. En consecuencia, los ingresos por turismo también aumentaron de 297 millones de dólares ingresados en 1960, se pasó a la cifra de 1681 millones en 1970. Como los gastos por turismo se han incrementado de forma lenta e irregular, el saldo de la balanza turística ha crecido casi al mismo ritmo que los ingresos, arrojando para 1970 un valor de 1.567,8 millones de dólares. El incremento en el volumen de divisas proporcionadas por el turismo ha sido debido no sólo al aumento del número de visitantes, sino también a la elevación del gasto por turista, que pasó de 48 dólares en 1960, a 70 dólares en 1970.

Es interesante también observar cuáles han sido los medios de transporte empleados por el turismo y su evolución, lo que queda

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

reflejado en la tabla I.2, en la que se observa el gran aumento relativo del avión, que ha pasado de transportar el 7,6 por 100 de los turistas entrados en España en 1960, al 22,4 por 100 de los mismos en 1970, teniendo especialmente una importancia creciente los vuelos «charters». Esto viene a confirmar las características tan diferentes que tiene el turismo, en su moderna concepción, frente al turismo clásico, ofreciendo un carácter masivo y organizado, frente al individualizado y personal de otra época. Esta característica es la que determina una estabilidad en el fenómeno turístico y asegura el desarrollo de una auténtica industria de tal naturaleza. El viaje individual, no organizado a través de la comodidad de la agencia, es precisamente el que se retrae ante cualquier coyuntura negativa.

TABLA I.1

EVOLUCIÓN DEL TURISMO

Años	Ingresos por turismo (a) (Millones de dólares)	Gastos por turismo (Millones de dólares)	Saldo balanza turística (Millones de dólares)	Número de visitantes (b)	Gasto medio por visitante (Dólares) (a : b)
1960	296,5	50,0	+246,5	6.113.255	48,56
1961	384,6	54,1	+330,5	7.455.262	51,59
1962	512,6	46,8	+465,8	8.668.722	59,13
1963	679,3	68,2	+611,1	10.931.626	62,14
1964	918,6	66,2	+852,0	14.102.888	65,14
1965	1.156,9	71,6	+1.085,3	14.251.428	81,11
1966	1.138,5	67,4	+1.071,1	17.251.746	66,00
1967	1.126,8	78,3	+1.048,5	17.858.555	63,10
1968	1.178,9	75,4	+1.103,5	19.183.973	61,45
1969	1.310,7	86,0	+1.224,7	21.682.091	60,45
1970	1.680,8	138,1	+1.542,7	24.105.312	69,73

TABLA I.2

MEDIOS DE TRANSPORTE EMPLEADOS POR EL TURISMO

	1960		1970		Números índices (Base 1960 - 100)
	Número de visitantes	Porcentaje	Número de visitantes	Porcentaje	
Avión	465.771	7,6	5.396.668	22,4	1.158,7
Vehículos carretera	4.135.276	67,7	15.208.086	63,1	367,7
Ferrocarril	500.840	8,2	1.818.552	7,5	363,1
Barcos	1.011.368	16,5	1.682.006	7,0	166,3
Total	6.113.255	100,0	24.105.302	100,0	394,3

El turismo adolece, no obstante, de una excesiva concentración en cuatro sentidos:

- concentración geográfica en el litoral mediterráneo y en el archipiélago balear, con el problema consecuente de la congestión, en algunos casos, de esas zonas;
- concentración temporal o estacionalidad, con el problema derivado de la infrautilización de la capacidad de alojamientos turísticos fuera de temporada;
- concentración de procedencias del turista, con la consecuencia de una escasa diversificación del riesgo de cambios de coyuntura económica en los países de origen, y
- concentración de motivaciones, especialmente el sol y la playa, lo que motiva una excesiva especialización de la oferta turística.

En la tabla I.3 se puede observar ese grado de concentración en la procedencia de los turistas, antes señalado, ya que entre tres países: Francia, Reino Unido y Portugal, representan casi un 60 por 100 del total de visitantes, siendo Francia el que aporta un mayor número, cerca de nueve millones, y aunque su participación relativa entre 1960 y 1970 ha ido disminuyendo progresivamente, hasta representar en la actualidad

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

un 36,6 por 100 del total de visitantes, este importante porcentaje implica muchos de los peligros de un verdadero monocultivo.

Existe igualmente una alta concentración de motivaciones. La imagen del visitante que gusta de España para bañarse en las playas del Mediterráneo durante los meses de estío, constituye una realidad que puede y debe ser sustituida por una perspectiva más amplia. España ofrece muchas más posibilidades, y su pleno aprovechamiento constituye una tarea urgente. Una más amplia motivación para visitar España conseguiría una mayor dispersión, en el tiempo y en el espacio, del turismo, a la par que beneficiaría su calidad y, en consecuencia, elevaría los ingresos totales de este servicio. La imagen de España ante el extranjero debe cambiarse, nuestro país no sólo ofrece sol y playas, sino también la posibilidad de esquiar en invierno, aprender arte y cultura española en las universidades, descansar y recuperarse en los balnearios, encontrar un ambiente de trabajo adecuado para la celebración de congresos y así hasta un número ilimitado de posibilidades.

La diversidad que ofrece el país en cultura, paisaje, clima, etc., no ha sabido aprovecharse plenamente hasta el momento presente. El turista no conoce bien la realidad de España y se sorprende cuando tiene ocasión de comprobar la existencia de atractivos distintos a los tópicos habituales que sirven de telón al país. Con una campaña orientada a informarle mejor acerca de lo que puede esperar de España se despertará en el visitante el interés por aspectos distintos, que posibilitarían la desestacionalización del turismo y un mayor equilibrio regional del mismo, con su decisiva influencia en la aminoración de los desequilibrios económicos de nuestras regiones.

TABLA I.3

NACIONALIDAD DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS

Países	1960		1970		Números índices (Base 1960 - 100)
	Número de visitantes	Porcentaje	Número de visitantes	Porcentaje	
Francia	2.553.992	41,6	8.826.172	38,6	345,2
Reino Unido	624.057	10,3	2.618.068	10,9	419,5
Portugal	350.721	5,8	2.726.699	11,3	777,4
Alemania (R.F.)	328.137	5,4	2.074.608	8,6	632,2
Benelux	178.073	2,9	1.488.827	6,2	836,0
Países Nórdicos	115.724	1,9	946.384	3,9	817,8
Italia	258.321	4,2	505.606	2,1	195,7
Suiza	104.724	1,7	422.506	1,8	403,4
Resto Europa	72.134	1,2	340.901	1,4	472,6
Total Europa	4.585.883	75,0	19.949.771	82,8	435,1
Estados Unidos y Canadá	522.012	8,5	1.154.305	4,8	221,1
Hispanoamérica	196.957	3,2	341.428	1,4	173,3
Total América	718.969	11,7	1.495.733	6,2	208,0
Asia	22.369	0,4	85.406	0,4	381,8
África	63.158	1,0	1.049.903	4,3	1.661,2
Resto del mundo	36.479	0,6	76.247	0,3	209,0
Total Asia, África y resto	122.006	2,0	1.211.556	5,0	993,1
Total extranjeros	5.426.858	88,7	22.657.060	94,0	417,5
Españoles	686.397	11,3	1.448.252	6,0	211,0
TOTAL VISITANTES	6.113.255	100,0	24.105.312	100,0	394,3

Con todo, no basta sólo con mostrar al visitante lo que puede hacer en España. Es necesario orientar las inversiones turísticas, tanto privadas como públicas, de forma adecuada, para que aquél se encuentre con lo que busca. La ampliación de las facetas turísticas implicará, en la mayor parte de los casos, iniciar una competencia con otros países que puedan ofrecer lo mismo que España. La atracción del país dependerá

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

menos de sus características naturales (clima, paisaje, etc.) y más del acierto en la realización de inversiones que garanticen una oferta turística de suficiente calidad. Movida una demanda de características diferentes a la actualmente existente, es preciso garantizar una oferta que pueda, cuantitativa y, sobre todo, cualitativamente, hacerle frente.

En resumen, la diversificación motivacional del turismo, base importante para su extensión por todo el territorio nacional y su desestacionalización en el tiempo, exigen, en primer lugar, orientar en el exterior la demanda de forma adecuada y efectuar inversiones capaces de satisfacerla plenamente.

1.2. La oferta turística

1.2.1. Los alojamientos turísticos

Los alojamientos turísticos españoles se pueden enmarcar en cuatro grandes tipos: establecimientos hoteleros, ciudades de vacaciones, campamentos de turismo y apartamentos, incluyéndose dentro del primer grupo las fondas y casas de huéspedes que, aunque constituyen un aspecto del hospedaje en general, deben tener un tratamiento numérico especial, a fin de no confundir en un mismo concepto los alojamientos propiamente turísticos y los que, por su modestia, no tienen gran relevancia desde el campo de la demanda. Por otra parte, en el grupo de apartamentos se incluyen tanto los que están en el tráfico comercial y sujetos a control administrativo, como aquellos otros que sólo ocasionalmente son objeto de arrendamiento por temporada, así como las viviendas particulares que constituyen una segunda residencia para sus propietarios y aquellas que reciben huéspedes en la época de vacaciones.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Al 31 de diciembre de 1970 la capacidad receptiva general era de 2.939.501 plazas distribuidas de la siguiente forma:

Clases de alojamiento	Plazas	Porcentaje
Hoteles y hostales	538.714	18,32
Fondas y casas de huéspedes	135.797	4,61
Ciudades de vacaciones	7.084	0,24
Campamentos de turismo	190.820	6,49
Apartamentos	2.067.086	70,34
Total	2.939 501	100,00

Es claro que el grupo de «apartamentos» no comprende todo el alojamiento turístico en sentido estricto, como se verá más adelante, pero no hay duda de que aun aquellos que constituyen simplemente una segunda residencia para sus propietarios —y, por tanto, no están en el tráfico mercantil—inciden muy directamente en toda la problemática del fenómeno turístico e incluso, en un sentido amplio del término turismo, pueden ser conceptuados como alojamientos turísticos.

En cuanto a las ciudades de vacaciones, si bien se han desglosado en el cuadro anterior, ya que están sujetas a una reglamentación específica, se suelen incluir dentro de los establecimientos hoteleros, pues son homologables como hostales. De aquí que en los cuadros estadísticos siguientes figure la capacidad hotelera con 545.798 plazas, incluyendo desde el hotel de cinco estrellas al hostel de una estrella, y dejando fuera a las fondas y casas de huéspedes.

1.2.1.1. La oferta hotelera

La capacidad hotelera española, al 31 de diciembre de 1970, se cifra en 8.244 establecimientos, con 309.293 habitaciones y 545.798 plazas. La distribución provincial de tal capacidad se recoge en la tabla I.4.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Como puede observarse, la provincia de Baleares ocupa el primer lugar en capacidad receptiva hotelera, con el 28,87 por 100 de las plazas del total nacional, siguiéndole las provincias de Gerona, con el 10,96 por 100; Barcelona, con el 9,72 por 100; Madrid, con el 6,78 por 100; Las Palmas y Tenerife, que conjuntamente suman el 6,30 por 100, y Málaga, con el 5,01 por 100. Con ello se tiene una visión del grado de concentración de nuestra industria hotelera en muy localizadas provincias, con la nota destacada de que solamente Baleares absorbe más de la cuarta parte de la capacidad receptiva nacional.

Siguiendo la distribución en zonas turísticas, establecidas por Orden Ministerial de 9 de marzo de 1971, se ve en la tabla I.5 que la zona 6ª Baleares, y la zona 1ª Costa Brava y Costa Dorada, se destacan por encima de las demás, con el 28,87 por 100 y el 22,41 por 100, respectivamente, del total de plazas. Este hecho permite cuantificar la concentración geográfica del turismo en las costas mediterráneas, a que se hizo anteriormente referencia.

Ahora bien, al contemplar la tabla I.5 se observa que Baleares, con el 18,27 por 100 del total de establecimientos, tiene, sin embargo, mayor número de plazas que la Costa Brava y Costa Dorada, cuyo porcentaje de establecimientos es del 22,34 por 100. Es decir, que los establecimientos de Baleares son, en su conjunto, de mayor capacidad que los de la Costa Brava y Costa Dorada. Este fenómeno del volumen de los establecimientos se destaca también en la zona 4ª, Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas, en la que con un 13,03 por 100 del total de establecimientos sólo ofrece un 9,21 por 100 del total de plazas.

TABLA I.4

LOCALIZACIÓN DE LA CAPACIDAD HOTELERA

(31 de diciembre de 1970)

Provincias	Establecimientos	Porcentaje	N.º de habitaciones	Porcentaje	N.º de plazas	Porcentaje
Álava	34	0,41	835	0,27	1.410	0,25
Albacete	31	0,37	593	0,19	1.273	0,23
Alicante	337	4,08	14.036	4,53	24.656	4,51
Almería	61	0,73	1.869	0,60	3.232	0,59
Ávila	43	0,52	824	0,26	1.367	0,25
Badajoz	30	0,36	757	0,24	1.195	0,21
Baleares	1.498	18,27	86.212	27,97	157.050	28,87
Barcelona	775	9,56	31.689	10,34	52.560	9,72
Burgos	78	0,94	1.857	0,60	3.065	0,56
Cáceres	54	0,65	1.187	0,38	1.880	0,34
Cádiz	135	1,63	3.890	1,25	6.954	1,27
Castellón	117	1,41	3.044	0,98	5.423	0,99
Ceuta	9	0,10	383	0,12	667	0,12
Ciudad	48	0,58	1.094	0,35	1.617	0,29
Córdoba	48	0,58	1.417	0,75	2.423	0,44
Coruña (La)	120	1,45	3.085	0,99	5.519	1,01
Cuenca	23	0,27	531	0,17	873	0,16
Gerona	928	11,25	33.428	10,86	59.835	10,96
Granada	174	2,11	5.239	1,69	8.788	1,61
Guadalajara	27	0,32	522	0,16	929	0,17
Guipúzcoa	141	1,71	4.629	1,49	8.635	1,58
Huelva	58	0,70	1.350	0,43	2.344	0,42
Huesca	113	1,37	3.067	0,99	5.141	0,94
Jaén	51	0,61	1.418	0,45	2.249	0,41
León	98	1,18	2.337	0,75	3.732	0,68
Lérida	141	1,71	4.011	1,29	6.731	1,23
Logroño	33	0,40	980	0,31	1.593	0,29
Lugo	41	0,49	1.148	0,37	1.867	0,34
Madrid	775	9,06	21.238	6,86	37.012	6,78
Málaga	335	4,06	14.616	4,72	27.356	5,01
Melilla	7	0,08	205	0,06	318	0,05
Murcia	83	1,00	2.642	0,85	4.276	0,78
Navarra	87	1,05	2.398	0,77	4.111	0,75
Orense	46	0,55	1.037	0,33	1.591	0,29
Oviedo	108	1,31	2.920	0,94	4.798	0,87
Palencia	14	0,16	354	0,11	588	0,10
Palmas (Las)	255	3,09	9.614	3,10	17.961	3,29
Pontevedra	144	1,74	3.894	1,25	6.493	1,18
Salamanca	54	0,65	1.650	0,53	2.761	0,50
S.C. Tenerife	179	2,17	8.979	2,90	16.433	3,01
Santander	149	1,80	4.368	1,41	7.603	1,39
Segovia	38	0,46	727	0,23	1.222	0,22
Sevilla	117	1,41	3.088	1,00	5.434	0,99
Soria	29	0,35	584	0,18	966	0,17
Tarragona	135	1,63	5.625	1,81	9.955	1,82
Teruel	22	0,26	634	0,20	1.016	0,18
Toledo	43	0,52	855	0,27	1.373	0,25
Valencia	140	1,69	4.379	1,41	7.916	1,45
Valladolid	146	0,55	1.380	0,44	2.164	0,39
Vizcaya	69	0,83	1.926	0,62	3.387	0,62

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Zamora	30	0,36	563	0,18	890	0,16
Zaragoza	120	1,45	4.163	1,34	7.124	1,30
Shara	1	0,01	22	0,01	42	0,01
Total	8.244	100,00	309.293	100,00	545.798	100,00

TABLA I.5

LOCALIZACIÓN DE LA CAPACIDAD HOTELERA POR ZONAS

(31 de diciembre de 1970)

Zonas	Establecimientos	Porcentaje	Habitaciones	Porcentaje	Plazas	Porcentaje
1ª	1.838	22,34	70.742	22,87	122.350	22,41
2ª	730	8,85	25.328	8,18	44.560	8,10
3ª	995	12,05	33.475	10,82	59.765	10,95
4ª	1.075	13,03	29.370	9,44	50.281	9,21
5ª	461	5,49	13.639	4,40	23.107	4,23
6ª	1.498	18,27	86.212	27,97	157.050	28,87
7ª	435	5,27	18.615	6,01	34.394	6,30
8ª	998	12,10	26.375	8,52	45.359	8,31
9ª	214	2,59	5.537	1,79	8.890	1,62
Total	8.244	100,00	309.293	100,00	545.756	100,00

NOTA. Las zonas son: 1ª. Costa Brava y Costa Dorada; 2ª. Costa Azahar y Costa Blanca (Levante); 3ª. Costa del Sol y Costa de la Luz (Andalucía); 4ª. Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas (Norte); 5ª. Pirenaica; 6ª. Baleares; 7ª. Islas Canarias; 8ª. Madrid y su contorno monumental y artístico; 9ª. Lagos de Castilla (Occidental).

En la estructura de nuestra capacidad hotelera se pone de manifiesto la insuficiencia de los establecimientos para hacer frente al tráfico turístico de hoy. En general, se trata de hoteles de pequeña capacidad, con los inconvenientes que ello lleva consigo para una posible mecanización en los servicios (véase tabla I.6).

Por consiguiente, debe fomentarse la instalación de establecimientos de capacidad suficiente para, de una parte, poder responder a los imperativos de la demanda, caracterizada no por el cliente individual, sino por el grupo en viaje colectivo, y de otra que dicha capacidad permita una rentabilidad adecuada a la inversión realizada que sólo se

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

consigue —dentro de unos precios moderados— elevando la productividad.

TABLA I.6

ESTRUCTURA DE LA CAPACIDAD HOTELERA EN 1970

(31 de diciembre de 1970)

	Número de plazas	Porcentaje	Número de establecimientos	Plazas por establecimientos
Hoteles de 5 estrellas	19.376	3,55	61	317
Hoteles de 4 estrellas	45.240	8,28	228	198
Hoteles de 3 estrellas	105.108	19,49	735	144
Hoteles de 2 estrellas	86.443	15,83	785	110
Hoteles de 1 estrellas	105.441	19,31	1.188	88
Hostales de 3 estrellas	7.630	1,39	119	64
Hostales de 2 estrellas	80.760	14,79	1.817	44
Hostales de 1 estrellas	94.800	17,36	3.311	28
Total	545.798	100,00	8.244	66

En la tabla I.7 se recogen los porcentajes con que cada zona participa en el total nacional, en cada una de las categorías. En relación con este aspecto de la oferta hotelera se debe señalar las consecuencias que se han derivado de la aplicación de la orden de 19 de julio de 1968, por la que se estableció un nuevo sistema de clasificación de los establecimientos, pues si se contempla la estructura de la industria al 31 de diciembre de 1969 con la que se ofrece al 31 de diciembre de 1970 pudiera interpretarse como una pérdida o disminución de calidad, cuando lo cierto es que la nueva clasificación lo que ha hecho es potenciar y clasificar este sector en el mercado internacional.

TABLA I.7

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD HOTELERA POR ZONAS EN
CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS**

(31 de diciembre de 1970)

Zonas	Hotel 5 estrellas — Porcentaje	Hotel 4 estrellas — Porcentaje	Hotel 3 estrellas — Porcentaje	Hotel 2 estrellas — Porcentaje	Hotel 1 estrellas — Porcentaje	Hostal 3 estrellas — Porcentaje	Hostal 2 estrellas — Porcentaje	Hostal 1 estrellas — Porcentaje
1ª.	13,10	9,29	18,59	20,70	31,36	6,93	25,59	24,28
2ª.	2,37	5,05	8,91	8,53	9,67	2,25	6,52	9,86
3ª.	22,16	13,78	12,37	12,09	6,49	13,82	9,27	11,44
4ª.	5,14	14,48	6,17	7,01	6,85	3,91	13,86	11,54
5ª.	3,40	3,37	2,92	2,59	4,06	2,09	6,11	6,29
6ª.	11,20	20,52	31,61	37,39	34,51	27,15	22,73	23,05
7ª.	17,22	18,74	10,99	5,61	2,43	8,989	3,91	2,01
8ª.	25,41	11,90	7,44	4,82	3,09	34,87	9,57	9,59
9ª.	—	2,87	1,00	1,26	1,54	—	2,44	1,94

Es indudable que al plantearse la reclasificación de los establecimientos tenía que producirse un fenómeno de desplazamiento desde los escalones superiores de la clasificación hotelera hacia los inferiores. Hoteles viejos, algunos situados en un piso, en los que no se había hecho ninguna obra de modernización ni de adaptación a las nuevas técnicas hoteleras, tenían forzosamente que situarse en los escalones inferiores de la clasificación, pues su posición contrastaba con la que ocupaban los hoteles de nuevo construcción. Especialmente este desfase se producía al comparar la industria hotelera de las ciudades con la de las nuevas zonas turísticas; en aquéllas —salvo excepciones— dominaba lo viejo y mal conservado, mientras que en Baleares, Costa del Sol, Canarias, la industria hotelera en general podía ofrecerse como modelo al mundo entero.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otra parte, también era presumible el que en los escalones inferiores de las pensiones —hoy hostales— se produjera el fenómeno contrario, pues un buen número de establecimientos había mejorado sus instalaciones dándoles un nuevo tono más acorde con las exigencias de la vida actual.

Las consecuencias del reajuste a la nueva clasificación se reflejan en las siguientes cifras que no recogen las altas habidas en 1970:

	1970	1969	Diferencia	Porcentaje
Hoteles	2.781	3.591	- 810	- 22,6
Hostales	4.989	3.905	+ 1.084	+ 27,7
Total	7.770	7.496		

El reajuste se ha producido fundamentalmente en el grupo de hoteles, mientras que el grupo de hostales ha visto incrementado su censo nada menos que en un 27,7 por 100, porcentaje superior al 22,6 por 100 que pierde el grupo de hoteles. Los 1.084 hostales se obtienen: 810, que eran antes hoteles y han bajado no sólo de categoría, sino de grupo, y 274 que son la diferencia entre las 367 pensiones de 3ª (categoría que ha desaparecido y que ya se contabilizaba entonces con las casas de huéspedes) que por sus buenas instalaciones —dentro de su modestia— han pasado a hostales de una estrella, y las 93 pensiones de 2ª y 1ª que por su baja calidad han pasado al grupo de fondas y casas de huéspedes.

El desplazamiento hacia los escalones inferiores se aprecia todavía más al comparar el censo hotelero por categorías al 31 de diciembre de 1970 con el de 1969:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

	Hotel de Lujo	Hotel 1ª A	Hotel 1ª B	Hotel 2ª	Hotel 3ª	Total
1969	96	456	885	812	1.342	3.591
	Hotel 5 estrellas	Hotel 4 estrellas	Hotel 3 estrellas	Hotel 2 estrellas	Hotel 1 estrella	Total
1970 (1)	61	228	735	785	1.188	2.997
Porcentaje	- 36,5	-50	-17	- 3,4	- 11,5	- 16,6

(1) En 1970 están incluidas las aperturas habidas durante ese año, es decir, 216 establecimientos nuevos.

En el grupo de hostales, tal y como ponen de manifiesto las cifras siguientes, se aprecia también el mismo fenómeno, pues si bien experimentan sensibles incrementos las categorías de dos y una estrella, baja notablemente el número de establecimientos clasificados como hostales de tres estrellas:

	Pensiones lujo	Pensiones 1ª	Pensiones 2ª	Total
1969	318	992	2.595	3.905
	Hostales 3 estrellas	Hostales 2 estrellas	Hostales 1 estrella	Total
1970 (1)	119	1.817	3.311	5.247
Porcentaje	-62,6	+ 83,1	+ 27,5	+ 34,3

(1) En 1970 están incluidas las aperturas habidas durante ese año, es decir, 258 establecimientos nuevos.

Como conclusión puede destacarse que el objetivo de situar a cada establecimiento en su real categoría se ha cubierto en términos generales. No se disponía, verdaderamente, de tantos establecimientos de alta categoría, pues muchos de los antiguos habían quedado desfasados al lado de los nuevos, pero aun así puede señalarse que nuestra posición competitiva no se ha deteriorado en este aspecto; es

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

más, las obras de mejora que se han hecho en la mayoría de los establecimientos han supuesto un remozamiento general del sector.

Otra cuestión importante es conocer también cómo ha evolucionado la capacidad hotelera en los últimos años, ya que ello permitirá establecer previsiones para el futuro en consonancia con la tendencia natural del sector, con independencia de la presión promocional que pueda realizarse en un momento determinado o hacia una zona concreta. Tal evolución se recoge en la tabla I.8. El aumento de la capacidad hotelera en el período 1960-1970 ha sido de 5.693 establecimientos con 222.070 habitaciones y 394.977 plazas.

TABLA I.8

EVOLUCIÓN DE LA CAPACIDAD HOTELERA

	Establecimientos	Habitaciones	Plazas
Año 1960	2.551	87.223	150.821
Año 1961	2.871	93.223	162.105
Año 1962	3.187	110.113	192.852
Año 1963	4.994	150.856	263.896
Año 1964	5.816	174.032	300.584
Año 1965	6.249	188.662	328.067
Año 1966	6.499	205.230	354.183
Año 1967	6.864	220.862	384.043
Año 1968	7.305	245.693	434.421
Año 1969	7.496	262.555	465.386
Año 1970	8.244	309.293	545.798
Aumento 1960/1970	5.693	222.070	394.977

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El estudio del incremento de la capacidad, limitado al período 1967-1970, indica cuáles son las provincias que están en trance de desarrollo turístico y cuáles, por el contrario, están en un momento regresivo. Así Guipúzcoa, de gran tradición turística, ha visto disminuida en ese trienio su capacidad hotelera en un 6 por 100, mientras que Baleares sigue incrementando su planta en un 91,5 por 100; Málaga, en un 61,6 por 100; Alicante, en un 95,2 por 100, y Tenerife, en un 85,2 por 100. En general, el crecimiento del sector afecta incluso sensiblemente a provincias de incidencia turística marginal, como puede observarse en la tabla I.9.

Por último, para completar el análisis de la oferta hotelera, se recoge en la tabla I.10 la capacidad de alojamiento en fondas y casas de huéspedes por zonas.

1.2.1.2. *La oferta extrahotelera*

Este sector de los alojamientos extrahoteleros ha sido durante los últimos años el de más difícil control por la Administración, por lo que las estadísticas al respecto han adolecido siempre de falta de rigor, salvo en lo que se refiere a los campamentos de turismo.

El 31 de diciembre de 1970 existían en España 470 campamentos turísticos con 190.820 plazas. Su distribución provincial se recoge en la tabla I.11.

TABLA I.9

INCREMENTO DE LA CAPACIDAD HOTELERA EN TRIENIO 1967-1970

(Plazas)

Provincias	1967	1970	Incremento	Porcentaje
Álava	1.198	1.410	212	17,6
Albacete	702	1.273	571	81,3
Alicante	12.625	24.656	12.031	95,2
Almería	1.620	3.232	1.612	99,5
Ávila	1.033	1.367	334	32,3
Badajoz	905	1.195	290	32,0
Baleares	81.985	157.050	75.065	91,5
Barcelona	46.593	52.560	5.957	12,8
Burgos	2.689	3.065	376	13,9
Cáceres	822	1.880	1.058	128,7
Cádiz	6.075	6.954	879	14,4
Castellón	3.349	5.423	2.074	61,9
Ceuta	480	667	187	38,9
Ciudad Real	1.272	1.617	345	27,1
Córdoba	2.106	2.432	317	15,0
Coruña (La)	3.885	5.519	1.634	42,0
Cuenca	914	873	-41	-4,4
Gerona	47.523	59.835	12.312	25,9
Granada	7.452	8.788	1.336	17,7
Guadalajara	359	929	572	159,3
Guipúzcoa	9.194	8.635	-559	-6,0
Huelva	1.253	2.344	1.091	87,0
Huesca	3.388	5.141	1.753	51,7
Jaén	1.927	2.249	322	16,7
León	2.781	3.732	951	34,1
Lérida	5.841	6.731	890	15,2
Logroño	1.326	1.593	267	20,1
Lugo	1.616	1.867	251	15,5
Madrid	32.463	37.012	4.549	14,0
Málaga	16.920	27.355	10.436	61,6
Melilla	318	318	—	—
Murcia	3.550	4.276	726	20,4
Navarra	3.204	4.111	907	28,3
Orense	969	1.591	622	64,1
Oviedo	4.170	4.798	628	15,0
Palencia	585	588	2	0,3
Palmas (Las)	13.677	17.961	4.284	31,3
Pontevedra	5.049	6.493	1.444	28,5
Salamanca	2.286	2.761	465	20,2
S.C. Tenerife	8.869	16.433	7.564	85,2
Santander	6.946	7.603	655	9,4
Segovia	1.069	1.222	153	14,3
Sevilla	4.515	5.434	919	20,3
Soria	731	966	235	32,1
Tarragona	7.134	9.955	2.821	39,5
Teruel	911	1.016	105	11,5
Toledo	1.087	1.373	286	26,3
Valencia	7.442	7.916	474	6,3
Valladolid	1.507	2.164	657	43,5
Vizcaya	3.146	3.387	241	7,6
Zamora	743	890	147	19,7
Zaragoza	6.366	7.124	758	11,9
Shara	—	42	—	—
Total	384.581	545.798	161.217	41,9

TABLA I.10

FONDAS Y CASAS DE HUÉSPEDES

(31 de diciembre de 1970)

	Establecimientos	Habitaciones	Plazas
Zona 1ª	2.182	15.157	23.722
Zona 2ª	1.110	7.732	12.176
Zona 3ª	1.919	12.194	20.703
Zona 4ª	2.901	20.667	32.048
Zona 5ª	758	5.176	8.090
Zona 6ª	384	2.674	4.182
Zona 7ª	248	1.657	2.615
Zona 8ª	2.231	15.275	24.861
Zona 9ª	676	4.662	7.400
Total	12.409	85.194	135.797

Destaca de manera especial la provincia de Gerona, con el 23,05 por 100 de la capacidad total de los campamentos de turismo españoles. Si se observa que Barcelona y Tarragona absorben el 16,82 por 100 y el 15,50 por 100, respectivamente, se puede concluir que la región catalana es la de mayor concentración campista, según se pone también de manifiesto al contemplar la distribución de los «campings» por zonas turísticas, que se presenta en la tabla I.12.

TABLA I.11

LOCALIZACIÓN DE LA CAPACIDAD DE «CAMPINGS»

(31 de diciembre de 1970)

Provincias	Número de establecimientos	Número de plazas	Porcentajes	
			Establecimientos	Plazas
Álava	1	150	0,20	0,08
Albacete	—	—	—	—
Alicante	46	17.592	9,78	9,22
Almería	7	2.668	1,49	1,40
Ávila	2	350	0,42	0,16
Badajoz	1	210	0,20	0,11
Baleares	2	674	0,42	0,35
Barcelona	65	32.059	13,87	16,82
Burgos	5	1.105	1,06	0,58
Cáceres	2	510	0,42	0,27
Cádiz	6	1.675	1,27	0,88
Castellón	21	7.165	4,47	3,75
Ciudad Real	—	—	—	—
Córdoba	2	860	0,42	0,45
Coruña (La)	5	813	1,06	0,42
Cuenca	2	500	0,42	0,25
Gerona	85	43.992	18,18	23,05
Granada	15	3.701	3,19	1,94
Guadalajara	—	—	—	—
Guipúzcoa	11	3.432	2,34	1,80
Huelva	2	1.610	0,42	0,84
Huesca	6	2.174	1,27	1,14
Jaén	3	688	0,63	0,35
León	1	150	0,20	0,08
Lérida	16	2.763	3,40	1,45
Logroño	1	154	0,20	0,08
Lugo	2	496	0,42	0,25
Madrid	8	3 005	1,70	1,57
Málaga	10	5.007	2,12	2,62
Murcia	2	1.160	0,42	0,61
Navarra	3	860	0,63	0,45
Orense	1	343	0,20	0,18
Oviedo	9	2.295	2,13	1,20
Palencia	1	50	0,20	0,02
Palmas (Las)	1	160	0,20	0,08
Pontevedra	6	1.768	1,27	0,93
Salamanca	2	520	0,42	0,27
S.C. Tenerife	—	—	—	—
Santander	13	4 805	2,76	2,52
Segovia	1	200	0,20	0,11
Sevilla	4	1 436	0,85	0,75
Soria	1	200	0,20	0,11
Tarragona	64	29.579	13,62	15,50
Teruel	—	—	—	—
Toledo	3	1 335	0,63	0,70
Valencia	23	9.815	4,90	5,14
Valladolid	1	300	0,20	0,16
Vizcaya	4	1.135	0,85	0,60
Zamora	—	—	—	—
Zaragoza	4	1.356	0,85	0,71
Total	470	190.820	100,00	100,00

TABLA I.12

LOCALIZACIÓN POR ZONAS DE LOS «CAMPINGS»

(31 de diciembre de 1970)

Zonas	Número de «campings»	Porcentaje	Plazas	Porcentaje
I. Costa Brava y Costa Dorada	214	45,55	105.630	55,36
II. Costa Azahar y Costa Blanca (Levante)	92	19,61	35.732	18,72
III. Costa del Sol y Costa de la Luz (Andalucía)	49	10,43	17.645	9,26
IV. Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas (Norte)	60	12,77	16.696	8,75
V. Pirenaica	29	6,18	7.153	3,75
VI. Baleares	2	0,42	674	0,35
VII. Islas Canarias	1	0,21	160	0,08
VIII. Madrid y contorno monumental artístico	17	3,62	5.590	2,92
IX. Lagos de Castilla (occidental)	6	1,21	1.540	0,81
Total	470	100,00	190.820	100,00

La estructura de los «campings» según su capacidad unitaria es muy irregular, pues la capacidad varía sensiblemente de unos a otros, si bien dentro de un denominador común de alta calidad (véase tabla I.13).

TABLA I.13

ESTRUCTURA DE LA CAPACIDAD CAMPISTA

(31 de diciembre de 1970)

Categorías	Número de establecimientos	Porcentaje	Número de plazas	Porcentaje	Plazas por establecimiento
Lujo	1	0,20	2.200	1,15	2.200
Primera	130	27,66	75.874	39,76	583
Segunda	215	45,75	76.741	40,22	356
Tercera	94	20,00	26.814	14,05	285
S/C	30	6,39	9.191	4,82	306
Total	470	100,00	190.820	100,00	406

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La evolución de este tipo de alojamientos turísticos, que se recoge en las tablas I.14 y I.15, ha sido satisfactoria. El incremento en la década 1961-1970 ha sido de 363 «campings» y de 158.763 plazas. España se encuentra en franca línea competitiva con los demás países de la cuenca mediterránea.

TABLA I.14

EVOLUCIÓN DE LOS ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS

Años	Número de establecimientos	Número de plazas
1961	107	32.057
1962	154	48.595
1963	238	80.245
1964	301	104.340
1965	333	120.820
1966	351	126.820
1967	380	135.777
1968	423	156.059
1969	441	171.195
1970	470	190.820

TABLA I.15

EVOLUCIÓN DE LOS ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS (1967-1970)

Provincias	Año 1967		Año 1970		Diferencias	
	Campings	Plazas	Campings	Plazas	Campings	Plazas
Álava	1	150	1	150	—	—
Albacete	—	—	—	—	—	—
Alicante	26	8.397	46	17.592	20	9.195
Almería	4	1.808	7	2.668	3	860
Ávila	3	620	2	350	1	270
Badajoz	1	276	1	210	—	65
Baleares	—	—	2	674	2	674
Barcelona	66	27.828	65	32.059	1	4.231
Burgos	5	920	5	1.105	—	185
Cáceres	2	260	2	510	—	250
Cádiz	5	1.768	6	1.675	1	93
Castellón	19	6.548	21	7.165	2	617
Ciudad Real	—	—	—	—	—	—
Córdoba	2	860	2	860	—	—
Coruña (La)	6	1.228	5	813	1	415
Cuenca	2	508	2	500	—	8
Gerona	75	27.131	85	43.992	10	16.861
Granada	12	2.219	15	3.701	3	1.482
Guadalajara	—	—	—	—	—	—
Guipúzcoa	8	2.088	11	3.432	3	1.344
Huelva	1	76	2	1.610	1	1.534
Huesca	4	1.288	6	2.174	2	885
Jaén	3	460	3	688	—	228
León	1	160	1	150	—	10
Lérida	9	1.998	16	2.763	7	765
Logroño	1	154	1	154	—	—
Lugo	2	576	2	496	—	80
Madrid	7	3.535	8	3.005	1	530
Málaga	8	4.495	10	5.007	2	512
Murcia	2	720	2	1.160	—	440
Navarra	2	536	3	860	1	324
Orense	1	343	1	343	—	—
Oviedo	5	1.220	9	2.295	4	1.075
Palencia	—	—	1	50	1	50
Palmas (Las)	1	160	1	160	—	—
Pontevedra	4	1.320	6	1.768	2	448
Salamanca	2	725	2	520	—	205
S.C. Tenerife	—	—	—	—	—	—
Santander	11	4.238	13	4.805	2	567
Segovia	2	720	1	200	1	520
Sevilla	3	1.348	4	1.436	1	88
Soria	—	—	1	200	1	200
Tarragona	51	20.666	64	29.579	13	8.913
Teruel	—	—	—	—	—	—
Toledo	2	880	3	1.335	1	455
Valencia	15	6.120	23	9.815	8	3.695
Valladolid	1	400	1	300	—	100
Vizcaya	3	560	4	1.135	1	575
Zamora	—	—	—	—	—	—
Zaragoza	2	470	4	1.356	2	886
Total	380	135.777	470	190.820	90	55.043

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Al estudiar el gran sector de los apartamentos turísticos se tropieza con la dificultad de carecer de una información detallada y pormenorizada sobre su evolución en los últimos años. No se puede olvidar que la ordenación turística de los apartamentos, «bungalows» y alojamientos similares data del 17 de enero de 1967, fecha en la que se reglamenta el sector, pero sólo en lo que se refiere a los alojamientos en tráfico mercantil o, de otra forma, los que facilitan alojamiento a las personas bajo la fórmula jurídica del hospedaje, si bien éste, con un sentido mucho más amplio y moderno del que ha venido teniendo hasta el momento y respondiendo ya al concepto que el hospedaje tiene hoy en el tráfico turístico.

Si bien el primer censo de los apartamentos se realiza por la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas en 1964, este meritorio intento no puede servir de antecedente para el estudio que interesa, pues en él no se hace distinción entre los apartamentos que están en el tráfico turístico y los que constituyen simplemente una segunda residencia para sus propietarios.

Al dictarse la Ordenación turística de los apartamentos se clarificó un tanto el sector, por lo que pudo iniciarse ya un censo de aquellos que, sometidos a los preceptos del nuevo reglamento, podían considerarse como alojamientos turísticos en sentido estricto.

Ahora bien, esto no debe conducir a olvidar esa otra gran masa de apartamentos que, aun cuando no sometidos al reglamento antes aludido, inciden y muy directamente en la problemática del fenómeno turístico en las zonas o localidades más significativas. Es más debe señalarse que un porcentaje elevado de esa masa de apartamentos son objeto de alojamiento turístico en alguna época del año, aun cuando se realice tal actividad bajo la fórmula jurídica de arrendamiento de vivienda amueblada por temporada.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por todo ello, se considera de alto interés el segundo censo realizado por el Ministerio de Información y Turismo en 1970, y que, por establecer una mayor transparencia en el sector, servirá de base para realizar las estimaciones pertinentes en el capítulo de inversiones.

En el censo anterior aparecen (tabla I.16) todos los alojamientos que de alguna manera constituyen un albergue o residencia para sus propietarios o arrendatarios en época de vacaciones, incluyéndose tanto los apartamentos turísticos en sentido estricto como los que se alquilan ocasionalmente, así como las residencias de tipo social, e incluso las casas particulares que reciben huéspedes durante el verano. El censo es completo y ofrece la sorprendente cifra de 2.067.086 plazas como capacidad total en el sector, que genéricamente se denomina «apartamentos», aun cuando, como queda dicho, comprenda otros alojamientos que no responden a tal concepto, aunque sí ofrecen el común denominador de «no hoteleros».

Reduciendo el estudio a los apartamentos, hay dos grandes grupos: los que en censo se denominan «en la oferta turística (declarados)» y que figuran bajo la rúbrica de «fuera de la oferta turística (no declarados)». En realidad, esto no es así exactamente, pues, como se ha dicho, no pueden considerarse como fuera de la oferta turística esa masa de 301.293 apartamentos, con una capacidad de 1.397.250 plazas, aunque no hayan sido «declarados», puesto que, con independencia de que todos ellos forman parte del patrimonio turístico e inciden de alguna manera en la planificación turística, especialmente en lo que se refiere a infraestructura, un porcentaje elevado son objeto de tráfico turístico, habiéndose estimado este porcentaje en un 70 por 100.

Para operar con mayor claridad, se ha optado por hacer la distinción entre «apartamentos inscritos en el Registro de Empresas y Actividades

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Turísticas» (o sea, los «declarados») y «apartamentos no inscritos» (o sea, el 70 por 100 de los «no declarados»).

Con ello la capacidad de plazas en apartamentos al 31 de diciembre de 1970 se distribuía de la siguiente forma:

	Plazas
En apartamentos inscritos en el Registro	123.870
En apartamentos no inscritos en el Registro	978.075
Total	101.945

CENSO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS NO HOTELEROS

TABLA I.16

	APARTAMENTOS, CHALETS, VILLAS, «BUNGALOWS»						CASAS PARTICULARES (que albergan veraneantes)						Residencias vacacionales no mercantiles (3)		PLAZAS		Total general de plazas
	En la oferta turística (Declarados) (1)		Fuera de la oferta turística (No declarados)		TOTAL		Urbanas		De labranza		TOTAL		Establec.	Plazas	En la oferta turística (4)	Fuera de la oferta turística (5)	
	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas					
Álava	--	--	953	4.549	953	4.549	483	2.210	284	1.340	767	3.553	15	1.445	--	9.547	9.547
Albacete	--	--	64	320	64	320	25	50	109	319	134	369	1	150	--	839	839
Alicante	2.344	10.175	48.883	220.009	51.227	230.184	3.382	13.554	169	676	3.551	14.230	14	2.419	10.175	236.658	246.833
Almería	225	894	1.291	5.001	1.516	5.895	994	4.400	323	494	1.317	4.902	9	801	894	10.704	11.598
Ávila	--	--	2.856	14.918	2.856	14.918	1.864	11.956	15	145	1.879	12.101	48	2.063	--	29.082	29.082
Badajoz	--	--	65	262	65	262	175	669	32	143	207	812	--	--	--	1.074	1.074
Baleares	3.002	12.501	14.745	46.911	17.747	59.412	2.264	8.423	231	1.004	2.495	9.427	39	2.082	12.501	58.420	70.921
Barcelona	2.136	8.044	13.007	76.679	15.143	84.723	3.753	15.710	128	720	3.881	16.436	83	2.101	8.044	95.216	103.260
Burgos	--	--	1.413	8.226	1.413	8.226	3.798	20.063	2.982	13.243	6.780	33.306	44	3.969	--	45.501	45.501
Cáceres	--	--	102	412	102	412	1.060	4.207	439	1.218	1.499	5.425	55	1.425	--	7.262	7.262
Cádiz	95	285	4.275	19.487	4.370	19.772	1.080	3.352	39	176	1.119	3.528	21	2.835	285	25.850	26.135
Castellón	846	3.863	6.127	31.744	6.973	35.607	4380	17.697	959	3.284	5.339	20.981	36	2.579	3.863	55.304	59.167
Ciudad Real	--	--	26	133	26	133	667	2.843	9	29	676	2.872	31	231	--	3.236	3.236
Córdoba	4	11	124	660	128	671	57	309	--	--	57	309	49	458	11	1.427	1.438
Coruña (La)	9	30	624	2.670	633	2.700	1.884	7.107	182	574	2.066	7.681	23	1.518	30	11.869	11.899
Cuenca	10	60	16	69	26	129	690	2.669	174	543	864	3.212	142	1.002	60	4.283	4.343
Gerona	3.611	16.736	42.168	187.587	45.779	204.323	8.735	39.873	35	169	8.770	40.006	63	6.292	16.736	233.885	250.621
Granada	85	495	3.885	30.521	3.970	31.016	715	4.331	220	827	935	5.160	29	2.049	495	37.730	38.225
Guadalajara	--	--	633	2.905	633	2.905	1.523	6.626	828	2.406	2.351	9.032	14	1.474	--	13.411	13.411
Guipúzcoa	112	529	919	5.241	1.031	5.770	1.268	5.032	--	--	1.268	5.032	9	1.149	529	11.422	11.951
Huelva	46	164	3.730	22.380	3.776	22.544	2.078	11.208	48	240	2.126	11.448	7	870	164	34.698	34.862
Huesca	--	--	570	3.312	570	3.312	1.556	9.127	89	325	1.645	9.448	52	4.734	--	17.494	7.494
Jaén	--	--	52	274	52	274	306	1.522	48	188	354	1.710	3	550	--	2.534	2.534
León	--	--	66	341	66	341	891	4.166	476	1.755	1.367	5.923	21	2.347	--	8.611	8.611
Lérida	14	60	442	2.405	456	2.465	485	2.444	214	909	699	3.353	20	1.493	60	7.251	7.311
Logroño	--	--	1.125	5.837	1.125	5.837	6.451	25.882	316	1.311	6.767	27.193	27	1.786	--	34.816	34.816
Lugo	27	155	41	235	68	480	695	4.484	221	1.273	916	5.757	56	786	155	6.868	7.023
Madrid	145	393	7.912	32.999	8.057	33.392	1.947	8.761	45	176	1.992	8.937	16	1.072	393	43.008	43.401
Málaga	1.747	27.492	44.677	184.112	52.424	211.604	2.502	13.245	91	365	2.593	13.610	57	10.648	27.492	208.370	235.962
Murcia	307	1.340	7.654	40.570	7.961	41.910	1.534	6.779	32	110	1.566	6.889	13	2.182	1.340	49.641	50.981
Navarra	--	--	197	991	197	991	1.811	5.508	215	897	2.026	6.405	93	4.150	---	11.546	11.546
Orense	6	34	15	92	21	126	250	915	45	140	295	1.055	6	1.209	34	2.356	2.390

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Oviedo	6	24	769	3.685	775	3.709	1.258	5.122	194	720	1.452	5.842	47	3.187	24	12.714	12.738
Palencia	12	42	28	114	40	156	1.630	6.223	771	2.683	2.401	8.906	30	1.821	42	10.841	10.883
Palmas (Las)	3.933	11.250	5.888	26.305	9.821	37.555	1.018	4.207	100	490	1.118	4.697	10	1.664	11.250	32.666	43.916
Pontevedra	--	--	317	1.721	317	1.721	317	3.330	43	213	860	3.543	26	456	--	5.720	5.720
Salamanca	15	57	26	137	41	194	203	924	22	63	225	987	4	250	57	1.374	1.431
Santander	58	322	14.722	89.539	14.780	89.861	4.325	24.074	48	265	4.373	24.339	42	4.645	322	118.523	118.845
Segovia	--	--	237	1.271	237	1.271	1.116	5.128	375	1.423	1.473	6.551	18	1.375	--	9.197	9.197
Sevilla	12	48	439	2.941	451	2.989	201	870	51	304	252	1.774	7	220	--	4.335	4.383
Soria	--	--	254	1.372	254	1.372	535	2.501	185	582	720	3.033	10	862	48	5.317	5.317
Tarragona	4.420	20.849	23.784	114.465	28.204	135.314	2.910	14.586	257	1.275	3.167	15.861	56	5.461	20.849	135.787	156.636
Tenerife	1.720	4.762	10.658	25.185	12.378	29.947	540	2.124	6	31	546	2.155	2	54	4.762	27.394	32.156
Teruel	--	--	382	2.280	382	2.280	200	800	2.557	11.501	2.757	12.301	21	2.630	--	17.211	17.211
Toledo	--	--	161	872	161	872	1.325	5.545	38	198	1.363	5.743	120	1.193	--	7.808	7.808
Valencia	721	3.255	34.141	170.919	34.862	174.174	5.028	21.899	1.464	5.665	6.492	27.564	59	5.024	3.255	203.507	206.762
Valladolid	--	--	285	1.721	285	1.721	475	1.592	299	1.167	774	2.759	5	552	--	5.032	5.032
Vizcaya	--	--	132	543	132	543	2.467	9.463	3	12	2.470	9.475	9	893	--	10.911	10.911
Zamora	--	--	--	--	--	--	85	340	539	1.980	624	2.320	5	710	--	3.030	3.030
Zaragoza	--	--	413	2.238	413	2.238	1.228	5.791	781	3.036	2.099	8.827	80	871	--	11.936	1.936
Total	25.668	123.870	301.293	1.397.160	332.961	1.521.120	84.164	379.641	16.731	66.607	101.377	446.779	1.647	99.737	123.870	1.943.216	2.047.086

- (1) Se comprenden aquellos que, en virtud de declaración de sus propietarios o administradores, están acogidos a la Ordenación de apartamentos de 17 de enero de 1967.
- (2) Se comprenden los que no están sujetos a la ordenación: por ser de uso exclusivo del propietario, por arrendarse como vivienda amueblada, una sola vez al año y por no haber declarado sus propietarios que están sujetos a tráfico turístico.
- (3) Se comprenden: las residencias o albergues del Frente de Juventudes, Educación y Descanso, colegios o residencias estudiantiles, residencias de empresas privadas (bancos, fábricas, etcétera) y de clubs o sociedades recreativas.
- (4) Plazas en «Apartamentos» acogidos a la Ordenación Turística de 17 de enero de 1967.
- (5) Totaliza la suma de las restantes plazas, o sea, las correspondientes a «apartamentos no declarados», más «casas particulares», más «residencias no mercantiles».

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

CENSO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS NO HOTELEROS

TABLA I.17

	APARTAMENTOS, CHALETS, VILLAS, «BUNGALOWS»						CASAS PARTICULARES (que albergan veraneantes)						Residencias vacacionales no mercantiles (3)		PLAZAS		Total general de plazas
	En la oferta turística (Declarados) (1)		Fuera de la oferta turística (No declarados)		TOTAL		Urbanas		De labranza		TOTAL				En la oferta	Fuera de la oferta	
	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Viviendas	Plazas	Establec.	Plazas	turística (4)	turística (5)	
Zona primera	10.167	45.629	78.959	378.731	89.126	424.360	15.398	70.139	420	2.164	15.818	72.303	202	13.854	45.629	464.888	510.517
Zona segunda	4.218	18.633	97.251	465.842	101.469	484.475	14.549	60.779	5.290	21.555	19.839	82.334	144	14.984	18.633	563.160	581.793
Zona tercera	8.214	29.383	58.473	265.376	66.687	294.765	7.933	39.247	820	2.594	8.753	41.841	182	18.431	29.389	325.648	355.037
Zona cuarta	230	1.136	21.124	122.883	21.354	124.019	26.217	118.076	5.565	23.529	31.782	141.605	346	25.211	1.136	289.699	290.835
Zona quinta	14	60	1.622	8.946	1.636	9.006	50.80	22.866	1.299	5.167	6.379	28.033	245	11.248	60	48.227	48.287
Zona sexta	3.002	12.501	14.745	46.911	17.747	59.412	2.264	8.423	231	1.004	2.495	9.427	39	2.082	12.501	58.420	70.921
Zona séptima	5.653	16.012	16.546	51.490	22.199	67.502	1.558	6.331	106	521	1.664	6.852	12	1.718	16.012	60.060	76.072
Zona octava	155	453	12.095	54.539	12.250	54.992	9.667	46.029	1.651	5.502	11.318	51.531	399	9.272	453	115.342	115.795
Zona novena	15	57	478	2.532	493	2.589	1.998	7.732	1.331	4.571	3.329	12.303	69	2.937	57	17.772	17.829
Total	31.668	123.864	301.293	1.397.250	332.961	1.521.120	84.664	379.622	16.713	66.607	101.377	446.229	1.638	99.737	123.870	1.943.216	2.067.086

(1) Se comprenden aquellos que, en virtud de declaración de sus propietarios o administradores, están acogidos a la Ordenación de apartamentos de 17 de enero de 1967.

(2) Se comprenden los que no están sujetos a la ordenación: por ser de uso exclusivo del propietario, por arrendarse como vivienda amueblada, una sola vez al año y por no haber declarado sus propietarios que están sujetos a tráfico turístico.

(3) Se comprenden: las residencias o albergues del Frente de Juventudes, Educación y Descanso, colegios o residencias estudiantiles, residencias de empresas privadas (bancos, fábricas, etcétera) y de clubs o sociedades recreativas.

(4) Plazas en «Apartamentos» acogidos a la Ordenación Turística de 17 de enero de 1967.

(5) Totaliza la suma de las restantes plazas, o sea, las correspondientes a «apartamentos no declarados», más «casas particulares», más «residencias no mercantiles».

Por último, para completar el cuadro de esta clase de alojamientos turísticos se han de destacar aquellas provincias de mayor densidad, y que son, por este orden, Alicante, Málaga, Gerona, Valencia y Tarragona, todas ellas con capacidad superior a las 100.000 plazas. Es de señalar que Baleares, que en industria hotelera se encuentra a la cabeza de las provincias españolas, no ha tenido, sin embargo, el mismo desarrollo por lo que a apartamentos se refiere.

La distribución por zonas turísticas, que se recoge en la tabla I.17 pone también de manifiesto la importancia de este tipo de alojamiento turístico en la costa mediterránea peninsular.

TABLA I.17

1.2.2. La industria auxiliar y complementaria

1.2.2.1. Restaurantes

El sector de restaurantes, en el que se incluyen tanto los de lujo y primera como los de segunda y tercera categorías, así como los denominados restaurantes económicos y casas de comidas, está constituido en el año 1970 por un total de 17.745 establecimientos, lo que supone un aumento de un 58 por 100 en el último decenio, aumento que es superior al experimentado por el sector hotelero. La capacidad de esos establecimientos se cifra actualmente en cerca de un millón de plazas de comensales.

En cuanto a la distribución geográfica de estos establecimientos, que viene reflejada en la tabla I.19, destaca ostensiblemente la provincia de Barcelona, con un total de 2.151, seguida por la de Madrid, con 1.564, encontrándose muy próxima a esta última la de La Coruña, con 1.433, y figurando en cuarto lugar Oviedo, con 1.026. Todo ello hace presumir

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que en esta clase de establecimientos no influye ya tan extraordinariamente como en el de hospedaje el fenómeno turístico de estos últimos años, y así se ve, por ejemplo, que a las cuatro provincias mencionadas, que cuentan con un censo de restaurantes superiores al millar, siguen las de Pontevedra y Vizcaya, lo que hace sospechar que más que la expansión turística influye en esta clase de establecimientos las aficiones gastronómicas de los propios indígenas.

1.2.2.2. *Tabernas*

Este sector que, junto con el de cafés y bares son los que cuentan con el mayor número de establecimientos, se caracteriza por la generalidad de modestas empresas de carácter familiar atendidas por los propios dueños y familiares.

La evolución del mismo en los últimos diez años se observa en la tabla I.18, resaltando en la misma el hecho de que en este tiempo el incremento ha sido de un 0,3 por 100, lo que equivale a decir que prácticamente se encuentra estabilizado. Efectivamente, en estos últimos diez años ha pasado de un total de 39.291 a 40.426 establecimientos, siendo a partir del año 1965 cuando el decrecimiento se revela de una manera continuada.

TABLA I.18

EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA AUXILIAR

Años	Restaurantes	Cafés y bares	Tabernas	Cafeterías	Agencias de viajes	Salas de fiestas
1961	11.211	30.475	39.291	827	333	394
1962	12.045	33.402	42.252	916	375	440
1963	12.582	36.664	41.866	1.013	419	454
1964	13.209	40.638	41.899	1.169	518	482
1965	12.839	43.679	43.890	1.458	595	570
1966	13.321	50.016	42.539	1.905	699	673
1967	14.083	53.303	42.167	2.398	740	753
1968	15.370	58.858	42.130	2.716	767	823
1969	16.327	63.291	41.799	3.222	825	904
1970	17.745	69.171	40.426	3.539	872	1.053

1.2.2.3. Cafés y bares

Este sector ofrece unas características muy similares al anterior al de las tabernas, es decir, también está constituido por un gran número de modestas empresas atendidas en su mayoría por el propio dueño y sus familiares.

En la tabla I.18 se observa su desenvolvimiento en el último decenio, con un incremento en el mismo del 127 por 100, habiendo tenido lugar el mayor porcentaje en los bares, ya que los cafés vienen disminuyendo aceleradamente.

Atendiendo a su distribución geográfica, en la tabla I.19 destaca ostensiblemente la provincia de Madrid, con cerca de 7.000 establecimientos, siguiendo a ésta la de Barcelona, con 5.500, y la de Valencia, con 4.000. Después de este grupo principal integrado por las tres provincias referidas, figura otro, cuyos respectivos censos oscilan entre los 2.000 y 3.000 establecimientos, siendo estas las provincias de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Baleares, Cádiz, León, Oviedo, Sevilla, Vizcaya y Zaragoza. En el extremo opuesto, es decir, las provincias con un menor número de estos establecimientos, se encuentran las de Soria, con 305, y la de Cuenca, con 303.

1.2.2.4. Cafeterías

El sector de las cafeterías es el que ofrece un mayor incremento durante el último decenio, habiendo pasado su número de 827 establecimientos en 1961 a más de 3.500 en la actualidad, lo que representa un incremento de un 328 por 100. Su evolución viene reflejada en la tabla I.18. El auge de estos establecimientos es debido a que en ellos se ha encontrado la fórmula exacta de servicio que se adapta mejor al género actual de vida, satisfaciendo las necesidades no sólo de los habitantes de las respectivas localidades, sino también del turismo nacional y del extranjero.

En la tabla I.19 figura la distribución provincial, donde destaca Madrid, con 767 establecimientos, seguida de Baleares, Barcelona y Alicante, lo que confirma la extraordinaria acogida que tal servicio tiene entre nuestro turismo.

CENSO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA AUXILIAR

(Número de establecimientos 31 de diciembre de 1970)

Provincias	Restaurantes	Cafés y bares	Cafeterías	Agencias de viajes	Salas de fiesta
Álava	99	643	8	4	15
Albacete	77	751	11	3	9
Alicante	662	1.799	212	20	17
Almería	96	288	24	6	3
Ávila	112	410	4	1	—
Badajoz	56	1.382	14	2	2
Baleares	654	2.452	391	92	136
Barcelona	2.151	5.507	346	150	97
Burgos	259	927	48	7	4
Cáceres	106	745	6	5	—
Cádiz	127	2.311	33	19	11
Castellón	245	890	34	4	10
Ciudad Real	53	687	8	3	—
Córdoba	121	949	9	7	4
Coruña (La)	1.433	1.430	29	15	39
Cuenca	58	303	4	3	—
Gerona	410	887	191	65	116
Granada	162	1.499	17	10	28
Guadalajara	59	347	7	3	1
Guipúzcoa	621	1.725	45	21	60
Huelva	137	991	8	3	2
Huesca	96	675	7	3	1
Jaén	83	725	7	4	4
León	461	2.386	51	8	10
Lérida	134	950	38	3	11
Logroño	104	547	1	3	3
Lugo	207	1.125	20	3	1
Madrid	1.564	6.934	767	123	114
Málaga	484	1.102	131	52	72
Murcia	158	1.401	42	10	3
Navarra	113	866	19	8	3
Orense	182	512	14	7	10
Oviedo	1.026	2.532	130	15	48
Palencia	70	533	12	1	1
Palmas (Las)	349	1.224	47	33	64
Pontevedra	940	541	67	11	9
Salamanca	145	1.281	54	9	2
S.C. Tenerife	727	1.296	48	33	6
Santander	431	1.489	80	9	16
Segovia	87	484	2	—	4
Sevilla	208	2.266	41	18	11
Soria	61	305	5	—	7
Tarragona	306	1.533	68	10	6
Teruel	43	553	4	—	1
Toledo	152	692	10	3	—
Valencia	573	4.083	136	27	22
Valladolid	210	800	60	6	14
Vizcaya	775	2.478	163	11	38
Zamora	85	633	9	2	1
Zaragoza	254	2.177	43	8	11
Total	17.745	69.171	3.539	872	1.053

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1.2.2.5. *Agencias de viajes*

En la tabla I.18 se analiza la evolución en el último decenio de este tipo de establecimientos, donde se puede observar que el incremento total ha sido de un 162 por 100 al pasar de 333 establecimientos en 1961 a 872 en 1970.

En su distribución provincial, reflejada en la tabla I.19, destacan Barcelona, Madrid y Baleares como las provincias con mayor número de este tipo de establecimientos, asimismo se observa que hay tres provincias: Segovia, Soria y Teruel que no tienen ninguna agencia de viajes.

1.2.2.6. *Salas de fiestas*

Su evolución en los últimos diez años ha sido muy similar a la de las agencias de viaje, incrementándose en aquel tiempo en un 167 por 100, quedando reflejada dicha variación en la tabla I.18.

Si se observa su distribución geográfica provincial en la tabla I.19, se aprecia claramente el predominio de tres provincias en el censo de estos establecimientos: Baleares, Gerona y Madrid, que cuentan con más de 100 salas por provincia. Siguen a estas tres provincias citadas, muy de cerca, las de Barcelona, Málaga y Las Palmas. Ello pone de manifiesto la gran incidencia que tiene el crecimiento turístico en esta clase de establecimientos. Por el contrario, cinco provincias no cuentan con ninguna clase de estos establecimientos y son: Ávila, Cáceres, Ciudad Real, Cuenca y Toledo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1.3. Infraestructuras turísticas

El turismo constituye la primera industria exportadora del país, y, en consecuencia, se ha erigido en un importante factor del desarrollo económico. La masiva afluencia de turistas a España durante la pasada década proporcionó una entrada de recursos exteriores que ha permitido financiar holgadamente las importaciones de equipo capital necesarias para acelerar el desarrollo del país.

La labor del Estado en materia turística ha consistido en encauzar las energías privadas hacia la dirección socialmente más rentable, sin menoscabo de la legítima recompensa del inversor privado.

Entre la labor que incumbe al sector público en materia turística interesa destacar la ordenación de la infraestructura de las zonas turísticas. La población de las mismas queda multiplicada, durante la época veraniega, en cuantía tal que la dotación de servicios comunes, pensados para una población sustancialmente menor, resulta insuficiente. De no mediar la oportuna intervención se corre el riesgo de crear un estrangulamiento que acabe por cortar o reducir el flujo turístico.

Existen en el país zonas geográficas de gran desarrollo turístico cuya infraestructura y servicios comunitarios no están, por la razón expuesta, suficientemente acondicionados a las necesidades actuales del turismo o es previsible dejarán de estarlo en un próximo futuro. Por otro lado, zonas con un gran potencial turístico carecen de las infraestructuras y servicios mínimos que posibilitarían su explotación y desarrollo. Aunque tales deficiencias infraestructurales no afectan en forma inmediata a la calidad de la oferta turística propiamente dicha ni suponen, por el momento, un factor negativo que contraiga la demanda, puede provocar efectos inducidos negativos que conviene prever y evitar.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Sería erróneo dar por sentado que la expansión turística de los años sesenta se mantendrá espontáneamente ello dependerá de que se instrumenten los medios precisos para atraer la demanda que la garantice; la actuación encaminada a la mejora de la infraestructura constituye una necesidad de esta política. El mantenimiento del ritmo de

crecimiento de afluencia turística dependerá, cada vez menos, de la belleza del suelo y la bondad de su clima, y, en mayor medida, de las inversiones que se vayan efectuando para situar la oferta al nivel reclamado por la demanda. Para mantener el actual ritmo de crecimiento de la industria turística es preciso aumentar las inversiones en infraestructura, porque éstas constituyen la base sobre la que se apoya una oferta adecuada.

Constituye, pues, una necesidad de la hora presente llevar a cabo las inversiones precisas para garantizar un equilibrio entre el ritmo de oferta de alojamientos turísticos y la construcción de la infraestructura sobre la que aquéllos se asientan, continuando la línea iniciada por el decreto de 19 de diciembre de 1970, sobre requisitos mínimos de infraestructura en los alojamientos turísticos. Es obvio que la magnitud y significado de las deficiencias infraestructurales existentes actualmente en ciertas zonas, y de las que es previsible surjan en otras a corto plazo, aconsejan considerar este problema como de atención prioritaria, considerándose que su solución debe ser abordada, con la máxima prioridad en el conjunto de actuaciones que han de realizarse en el cuatrienio 1972-1975. Las actuaciones en este sentido tropiezan con la dificultad administrativa de que mientras la regulación de la política turística incumbe al Ministerio de Información y Turismo, la dotación de infraestructuras es competencia del Ministerio de Obras Públicas. Se impone, en definitiva, coordinar adecuadamente la actuación de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

ambos ministerios en las zonas turísticas, a través, en su caso, de la comisión interministerial de planes provinciales.

1.4. La formación profesional

1.4.1. El sector turístico, empresas y actividades

El capítulo primero del estatuto ordenador de las empresas y de las actividades turísticas privadas, aprobado por el decreto 231/1965, de 14 de enero, está dedicado a definir estos conceptos. Tales definiciones tienen para nosotros indudable importancia, ya que precisan un marco jurídico con el que, en principio, hemos de contar. Sin embargo, como todo texto legal no deja de estar condicionado por situaciones de hecho y criterios de momento que le imponen limitaciones, salvadas mediante fórmulas vagas, como la contenida en el párrafo f) del artículo 1.0, 2, que determina lo siguiente:

«Se entiende por Empresas turísticas privadas:

- a) Las de hostelería.
- b) Las de alojamientos turísticos de carácter no hotelero.
- c) Las agencias de viaje.
- d) Las agencias de información turística.
- e) Los restaurantes.
- f) Cualesquiera otras que presten servicios directamente relacionados con el turismo y reglamentariamente se determinen como tales»

Propiamente hablando, no existen actividades ni empresas esencial ni exclusivamente turísticas. Pero es tal la importancia del turismo en la ida y promoción sociales y en el desarrollo económico de los pueblos, que

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

el hecho de que una actividad o empresa esté al servicio del turismo, la califica de una manera fundamental.

La conveniencia e incluso la necesidad de contemplar el fenómeno turístico en su conjunto, es la razón fundamental que obliga no sólo al legislador, sino al tratadista científico, a considerar a determinadas actividades y empresas sometidas a las exigencias del proceso turístico.

Entre estas exigencias es una, quizá la más importante, requerir un elevado grado de profesionalidad a los que a ella se dedican, que a su vez, implica un no menos elevado grado de formación.

Se observa, además, que esta formación no sólo ha de caracterizarse por su altura, sino por su carácter específico, eminentemente práctico, al servicio de las realizaciones turísticas.

No es esta ocasión de demostrar que, así como el desarrollo en general tiene que estar basado en los niveles de educación, el turístico está aún más ligado a la capacitación y eficiencia del personal que lo realiza. Los resultados de una política turística se ven mucho más afectados por la excelencia o deficiencia de un buen servicio, que por la inadecuación de los restantes factores que entran en juego en su desenvolvimiento.

Si se hace un repaso somero de las principales empresas y actividades turísticas, tendríamos que agruparlas en cuatro grandes sectores:

1. El primero está formado por las empresas y actividades turísticas relacionadas con el servicio de alojamiento y restaurante, modalidades que el desarrollo de turismo tiende a disociar, pero que conservan entre sí muchos puntos de contacto.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

A pesar de su tradición, se encuentran plenamente dentro de la ordenación turística, no sólo en el aspecto funcional, sino también en el jurídico.

2. Caso distinto es el de las empresas y actividades dedicadas al transporte, en donde existe una multiplicidad de competencias, sin que, en cierto modo, podamos considerar ninguna preponderante y tengamos que reconocer que, desde el punto de vista turístico, la turística se puede decir inexistente.

El hecho de que los transportes se puedan realizar por tierra, mar y aire, supone un principio de limitación de jurisdicciones: transportes por carretera, ferrocarriles, marina mercante y aviación civil.

No hay duda de que los aspectos técnicos son sumamente impotentes y que requieren organismos igualmente técnicos que los ordenen, vigilen y promuevan. Pero lo que no parece lógico es que los aspectos, comerciales queden subordinados a los técnicos, y en este campo el determinante turístico es predominante de hecho, aunque la legislación en nuestro país no haya tomado en consideración todavía esta problemática.

3. El tercer sector es más complejo y variado, y ofrece más dificultades generalizar sobre el mismo. Requeriría un estudio pormenorizado.

Se trata de aquellos servicios que proporcionan al turista ocasión para que satisfaga sus necesidades de trabajo o de diversión y adquiera aquellos objetivos que el turismo hace apetecibles. Reconózcase que, sobre todo en algunos casos, la preparación exigida a los profesionales es notablemente heterogénea y especializada y rebasa lo que podemos llamar en términos generales formación turística. Retengamos,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

sin embargo, el interés que tiene para nuestro país la organización de congresos y convenciones.

4. El último sector, nacido del desarrollo y complejidad del turismo, es, indiscutiblemente, el más claramente turístico. Se trata de las actividades de mediación, asistencia e información propias, según su índole, de las empresas que en nuestro país se conocen con el nombre de agencias de viaje y agencias de información turística, y a las actividades privadas reglamentadas de los correos y guías de turismo, así como a la hasta ahora libre de las azafatas.

1.4.2. La formación en sus diversos niveles y especialidades

Durante siglos, la formación profesional ha estado basada en el aprendizaje «in situ». La empresa ha sido a la vez escuela, y el jefe, maestro.

Las bases pedagógicas sobre las que se hubo de construir el edificio del aprendizaje fueron en tales casos la aptitud y el entusiasmo del discípulo y la personalidad del maestro. Hubo autodidactas de portentosas facultades y profesionales con tal influencia en su medio, que llegaron a formar escuela.

Paralelamente se desarrollaban los estudios universitarios, al margen de las realidades económicas y tendentes únicamente a proporcionar una formación intelectual sobre un esquema eminentemente teórico.

En el momento actual, nos hemos planteado el problema de incorporar las preocupaciones empresariales al mundo universitario, a la vez que se vitaliza y perfecciona la vida profesional con el estímulo de una preparación más cuidadosa en lo cultural y en lo científico.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Este planteamiento ha de ser profundamente original, ya que difiere sustancialmente de los anteriores, ya sea por sus métodos y por sus objetivos.

La base pedagógica ya no es personal, sino objetiva. La realización de determinados programas estructurados según un plan, supone la adquisición de ciertos conocimientos y el desarrollo de hábitos concretos. Se trata, pues, de rebasar el estadio empírico y de aplicar una orientación racional al proceso formativo.

Pero, por otra parte, no puede dejarse a un lado la finalidad perseguida. Todo está orientado a la realización de una gran tarea o empresa turística, y ha de ser concebido en función de la misma. No se trata de adquirir una capacidad intelectual, ni una cultura, ni unos conocimientos de validez universal o de aplicación general, sino de aquellos que, de una manera demostrada, directa o indirectamente, resulten aptos para el trabajo en la construcción y desarrollo del sector turístico.

Teniendo en cuenta este principio, la estructura del campo turístico nos ha de dar la pauta para el establecimiento de las diversas especialidades, e incluso el de las diferentes áreas en que ha de estructurarse la enseñanza.

Por otra parte, la evolución social exige no sólo conservar, sino favorecer y estimular las posibilidades de promoción que el anterior sistema permitía. Constituye un postulado del planteamiento actual de la formación profesional el perfeccionamiento continuo de los profesionales

en sus especialidades, y la promoción a puestos de mayor responsabilidad y a tareas más complejas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Así, pues, los niveles en los que estos estudios han de estructurarse, no pueden ofrecer discontinuidad que impida el fácil acceso de unas a otras para los más capacitados.

1.4.3. La organización de la enseñanza turística y hostelera

La organización de la enseñanza turística y hostelera depende fundamentalmente de tres factores, que es necesario conjugar adecuadamente:

1. Las disposiciones legales vigentes, singularmente la ley General de educación y las futuras normas generales de aplicación de la Ley que afecten a estas enseñanzas.
2. Las experiencias realizadas a lo largo de los últimos veinte años, tanto a través de la Escuela Oficial de Turismo, de las escuelas de hostelería y de los centros de enseñanza turística, como de otras experiencias formativas, como los cursos de formación acelerada de adultos impartidos por el PPO.
3. Las propuestas y sugerencias presentadas por diversas organizaciones y asambleas y, muy especialmente, los estudios realizados por las dos comisiones oficialmente constituidas al efecto para la reforma de los estudios turísticos.

Los centros dedicados a estas enseñanzas podrán ser generales, comprendiendo todos sus grados y enseñanzas, o especiales, solamente consagrados a algunas de ellas.

Excusamos decir que la situación actual de la que partimos y la índole de estas enseñanzas nos hacen suponer graves dificultades para la creación de los primeros, mientras que resultaría relativamente fácil el contar con centros del segundo tipo que resuelvan parcialmente las necesidades de formación del sector.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otra parte, contamos con las realidades, cuya evolución hemos de contemplar por separado:

1. Los centros dedicados a la formación hostelera han resultado hasta ahora insuficientes. Su financiación, altamente deficitaria, ha corrido, casi sin excepciones, a cargo del Estado y de la Organización Sindical.
2. Su escasa rentabilidad exigiría fórmulas nuevas, entre las cuales los tendrían inmediata vialidad:
 - a. La construcción de hoteles-escuela.
 - b. El estímulo a la iniciativa privada, que puede revestir formas muy variadas.
3. Los centros dedicados a las restantes especialidades han sido hasta ahora todos privados, con excepción de la Escuela Oficial de Turismo.

En cuanto al alumnado, conviene tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. El mantenimiento del fondo de ayuda a alumnos extranjeros, incrementando su cuantía y reestructurando su reglamentación.
2. Es necesario incrementar el número de alumnos de las especialidades de hostelería. Para ello no sólo conviene multiplicar el número de escuelas, sino dotar al sistema de recursos que permitan el acceso a los estudios de los que, con vocación para ello, carecen de medios, tales como las becas-estudio y las becas-estudio y las becas de la Organización Sindical.
3. Deben seguir programándose cursos de formación acelerada hasta la total normalización del sector.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

4. En cuanto a los alumnos en general, es de esperar que la aplicación de la ley General de educación los reporte la ayuda y los beneficios de que hasta ahora han carecido.

Por último, en cuanto al profesorado, y con independencia de lo que la citada ley General de educación dispone, es necesario arbitrar créditos específicos para organizar un sistema de formación del mismo, cuya base principal podría ser la realización de cursos en el Instituto de Estudios Turísticos, programados conjuntamente y en coordinación con los Ministerios de Información y Turismo, de Educación y Ciencia, de Trabajo y de Relaciones Sindicales.

1.4.4. La situación actual de las enseñanzas de hostelería.

a) La formación regular

Interesa distinguir, dentro de las enseñanzas de hostelería, las de formación profesional regular, impartidas según planes de estudio aprobados por el Ministerio de Educación y Ciencia.

La formación profesional hostelera está regulada por órdenes del Ministerio de Educación y Ciencia, distinguiéndose las especialidades, «Cocina y Servicios», por una parte, y, por otra, «Subgobernantas» y «Oficiales de Administración Hotelera».

En «Cocina y Servicios» los estudios tienen los grados: primero, aprendizaje, y segundo, maestría. El aprendizaje está regulado por orden ministerial de 21 de junio de 1965 y comprende los cursos, el primero de ellos con nueve asignaturas, con un total de veintiuna horas semanales y otras dieciocho horas semanales de prácticas de cocina o servicios, y el segundo con diez asignaturas, pero con igual número de horas semanales, tanto de estudio como de prácticas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El grado de Maestría está regulado por orden ministerial de 17 de enero de 1967 y comprende también otros dos cursos. El primero de ellos con nueve asignaturas en la especialidad «Servicios» y diez en la especialidad «Cocina», y el segundo con diez asignaturas en la especialidad «Servicios» y once en la especialidad «Cocina». Pero, en todo caso, es decir, tanto en «Servicios» como en «Cocina», y en el primero como en el segundo curso, el número de horas lectivas semanales es de veintiuna, y de dieciocho igualmente las horas semanales de prácticas.

Por lo que respecta a las especialidades de «Subgobernanta» y «Oficiales de Administración Hotelera» están regulados solamente los estudios correspondientes al grado de aprendizaje, faltando todavía la regulación de los estudios de grado de maestría. En cuanto al grado de aprendizaje comprende dos cursos: el primero de ellos con siete asignaturas y dieciocho horas lectivas semanales, más dieciocho, también semanales, de prácticas. El segundo curso comprende nueve asignaturas, con un total de veintiuna horas lectivas semanales, más otras dieciocho de prácticas, también semanales.

Las escuelas de hostelería actualmente en funcionamiento son trece y radican en Almería, Baleares, Castellón, Gerona, Granada, Las Palmas, Madrid, Málaga, San Roque, Santa Cruz de Tenerife, Santander, Santiago y Sevilla.

Cinco de ellas (las de Almería, Castellón, Granada, San Roque y Santiago de Compostela) son del Ministerio de Información y Turismo y las restantes de la Organización Sindical, si bien la explotación de unas y otras se hace

conjuntamente, mediante un convenio suscrito por este departamento con el de Relaciones Sindicales con fecha 5 de mayo de 1966,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

conforme al cual la Organización Sindical se hace cargo de las labores pedagógicas, en todos sus aspectos, de todas las Escuelas, mientras que el déficit que su explotación produzca, también respecto de todas ellas, será cubierto por partes iguales entre la Organización Sindical y el Ministerio de Información y Turismo.

En todas las escuelas antes citadas se cursan las enseñanzas de aprendizaje, pero además, en las de Granada y Madrid se cursan también el grado de maestría.

Conviene advertir que el convenio anteriormente citado, ratificado posteriormente por acuerdo del Consejo de Ministros con fecha 4 de octubre de 1969, tiene vigencia por un plazo de veinticinco años, salvo posible denuncia por alguna de las dos partes con una antelación mínima de dos años.

Por lo que respecta a la distribución de los alumnos matriculados entre internos, mediopensionistas y externos, nos encontramos, conforme al detalle inserto en la tabla I.20 (correspondiente al curso 1969-1970), que de un total de 1.334 alumnos matriculados en dicho curso 687 lo fueron en régimen de internado, 671 como mediopensionistas y 766 lo fueron externos. Con la particularidad de que esta última modalidad, es decir, a de externos, se ha dado solamente en Madrid y en Sevilla, obedeciendo posiblemente en esta última escuela a la circunstancia de ser de reciente construcción y no tener posiblemente acondicionadas de momento las habitaciones para alumnos internos.

Resulta también muy interesante destacar que, conforme al detalle que nos proporciona la misma tabla I.20, el reparto de alumnos por curso fue en 1969-1970 de 685 en primero de aprendizaje y 449 en segundo de aprendizaje, mientras que en maestría había solamente 68 en primer

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

curso y 67 en segundo. Lo que nos indica que el número de alumnos que en principio terminarían sus estudios en dicho curso fueron 516.

Los déficits producidos en la financiación del sostenimiento de dichas escuelas, desde el comienzo de la aplicación del convenio, fue, en números redondos, de 150 millones de pesetas, lo que supuso una aportación por parte del Ministerio de 75 millones, con independencia de lo que haya supuesto la construcción de sus propias Escuelas, anteriormente citadas.

TABLA I.20

ESCUELAS DE HOSTELERÍA

(Curso escolar de 1969-1970)

Escuelas	Alumnos matriculados	Internos	Mediopensionistas	Externos	Aprendizaje		Maestría		Ocupación Porcentaje	
					1ª curso	2ª curso	1ª curso	2ª curso	Esc.	Int.
1. Almería	121	75	46	—	71	50	—	—	60,5	83,3
2. Baleares	79	—	49	—	56	23	—	—	82,2	—
3. Castellón	45	24	19	2	45	—	—	—	—	—
4. Gerona	53	36	17	—	34	19	18	32	59,0	100,0
5. Granada	142	85	51	6	64	28	—	—	71,5	95,5
6. Las Palmas	102	91	11	—	52	50	50	35	72,8	72,0
7. Madrid	148	46	87	15	—	63	—	—	74,0	67,6
8. Málaga (1)	47	5	42	—	—	—	—	—	0	—
9. San Roque	178	91	87	—	119	59	—	—	89,0	101,1
10. S.C. Tenerife	159	67	92	—	111	48	—	—	106,0	128,8
11. Santander	73	73	—	—	35	38	—	—	91,2	91,8
12. Santiago	138	94	40	4	80	58	—	—	69,0	47,0
13. Sevilla (2)	49	—	—	49	18	13	—	—	54,0	—
Total	1.334	687	571	76	685	449	68	67		

(1) No indica la separación de alumnos por curso.

(2) Esta escuela tiene, además, un tercer curso y otro de preaprendizaje, con cinco y 13 alumnos respectivamente

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El total de titulados por dichas escuelas en los cuatro cursos transcurridos desde la vigencia del convenio ha sido de 1.263, con el siguiente detalle por años:

Años	Titulados
1967	134
1968	370
1969	360
1970	399
Total	1.263

La distribución de dichos titulados ha sido la siguiente:

Distribución	Titulados
Cocina	387
Servicios	632
Subgobernantas	143
Administración hotelera	101
Total	1.263

Como se ve, el rendimiento en conjunto de estas escuelas en los cursos ya transcurridos ha sido realmente muy bajos, puesto que resulta, en números redondos, una cifra de algo más de 300 alumnos por año, lo que supone que el promedio de alumnos titulados anualmente por cada escuela no llega a 25. Cifras que todavía resultan menos efectivas si se tiene en cuenta su distribución por especialidades, ya que los titulados en «Cocina» por año han sido inferiores al centenar y en Servicios solamente 158 en toda España y respecto de todas las Escuelas, lo que evidentemente, no satisface sino de manera mínima, las necesidades de este sector al respecto.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Si se comparan estos resultados con el coste económico del sostenimiento de dichas escuelas, las cifras resultantes son todavía más expresivas, puesto que supone nada menos que un coste por alumno titulado de 118.700 pesetas.

b) La formación acelerada

La formación acelerada de adultos se imparte según los métodos y programas del PPO del Ministerio de Trabajo.

La enseñanza acelerada para adultos en la rama de hostelería se realiza mediante la colaboración de los Ministerios de Trabajo e Información y Turismo y abarca las siguientes modalidades:

1. Cursos en el hotel-escuela de Marbella.
2. Cursos impartidos por equipos móviles del PPO.
3. Cursos en los establecimientos turísticos del Estado.
4. Cursos del Patronato de Protección al Trabajo.

Las especialidades cuyas enseñanzas se imparten en los cursos antes indicados son: «Ban», «Cocina», «Gobernanta», «Pisos», «Recepción» y «Sala».

El total de cursos llevados a cabo por las modalidades señaladas alcanza la cifra de 486 y el número de trabajadores formados en los últimos cuatro meses asciende a 8.499.

1.4.5. Situación actual de otras enseñanzas turísticas.

Existen 43 centros no oficiales de enseñanzas turísticas, reconocidas legalmente y en funcionamiento, aparte de la Escuela Oficial de Turismo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El número de alumnos matriculados en tales centros en el curso 1970-1971 fue de 4.118. En la Escuela Oficial de Turismo, de 384.

La situación de las Escuelas en la geografía nacional queda registrada en el cuadro que a continuación se indica:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Provincias	Número de escuelas	Número de alumnos
Alicante	1	85
Badajoz	1	45
Baleares	3	187
Barcelona	4	233
Burgos	1	77
Cádiz	2	72
Córdoba	1	36
Coruña (La)	1	41
Granada	1	67
Guipúzcoa	1	123
Huelva	1	33
Jaén	1	64
León	1	96
Madrid (Escuela Oficial de Turismo)	1	384
Madrid (provincia)	8	1.038
Málaga	1	103
Murcia	1	70
Oviedo	1	128
Palmas (Las)	2	213
Salamanca	1	113
Santa Cruz de Tenerife	1	120
Santander	1	38
Segovia	1	27
Sevilla	1	134
Valencia	3	158
Valladolid	1	180
Vizcaya	1	146
Zaragoza	1	107
Total	44	4.118

2. Directrices de Política de Desarrollo

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Las directrices que a continuación se exponen constituyen las líneas básicas de desarrollo turístico que inspiran las acciones concretas que han de emprenderse en el período de vigencia del III Plan de Desarrollo para resolver los problemas con los que hoy se enfrentan las actividades turísticas, y para alcanzar los objetivos que más adelante se exponen. Tales directrices pueden resumirse en las siguientes.

1. El turismo —en cuanto facilita el conocimiento directo de la realidad geográfica y humana de España, acrecienta la renta nacional, mejora su distribución territorial e influye favorablemente en la balanza de pagos— será objeto de especial impulso.
2. A fin de obtener unos mayores ingresos de divisas se diversificará la acción en orden a conseguir una demanda turística más cualificada, que produzca un mayor gasto medio por visitantes, además de seguir promocionando el aumento cuantitativo de la demanda tradicional.

Las directrices de una política tendente a conseguir un turismo más selecto consistirán en:

- Crear o desarrollar aquellas modalidades que supongan un gasto más elevado.
- Promover la atracción turística de elevada capacidad de gasto.
- Crear o desarrollar el equipo receptor más acorde con los deseos del turista que se desee atraer; y
- Crear o promocionar los atractivos complementarios del que se considere motivo principal en la realización del viaje.

Las acciones encaminadas a conseguir un aumento cuantitativo de la demanda tradicional consisten en:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Intensificar y perfeccionar las actuaciones de promoción que vienen empleándose e iniciar otras más eficaces en orden a la diversificación motivacional de la demanda.
- Intensificar la penetración en mercados que tienen grandes masas de población y altos niveles de vida.
- Mejorar y ampliar la capacidad de la oferta turística y perfeccionar su infraestructura; e
- Iniciar o desarrollar la promoción y la oferta turística de nuevas zonas.

Se consideran acciones prioritarias las encaminadas a diversificar las motivaciones del turismo exterior y a crear y difundir nuevas modalidades turísticas que, acordes con aquellas motivaciones, exijan la realización de un mayor gasto medio por turista.

En tal sentido se presta especial atención al fomento de los siguientes tipos de turismo: congresos y convenciones, deportes de nieve, navegación de recreo, golf, modas, cultural y artístico, ferias, caza y pesca, residencial de retirados y jubilados.

3. Para tratar de resolver los problemas derivados de la estacionalidad se tiene en cuenta que puede existir una cierta colisión entre la pretensión de regularizar la distribución temporal de la demanda y la de incrementar el número total de visitantes extranjeros. La gran demanda turística procede de la población activa ocupada, y, por ello, mientras no cambie la organización del descanso laboral y escolar de los países emisores del turismo, con el período de vacaciones anual concentrado prácticamente en solo poco más de dos meses, los incrementos masivos de la demanda operarán siempre a favor del aumento de la estacionalidad turística. Por tanto, se programan acciones selectivas tendentes a captar

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

demanda efectiva en las épocas en que la demanda real del mercado turístico no presenta su nivel máximo. No hay duda de que las posibilidades turísticas oferentes varían condicionadas por los atractivos y recursos susceptibles de explotación en cada época del año; en verano el mar, el sol y las playas alcanzan su máxima cota de atracción; la nieve, en cambio, está ligada al invierno; la caza y la pesca, por imperativos biológicos protegidos por las leyes, tienen también su época de óptima posibilidad; ciertas manifestaciones festivas o folklóricas, de innegable atractivo turístico, se localizan también estacionalmente. En definitiva, puede concluirse que en orden a atenuar la estacionalidad turística, elevando la demanda en las épocas de menor masificación, debe actuarse a través de una diversificación motivacional de la oferta adecuadamente promocionada.

Con tal criterio se intensifican las actuaciones encaminadas a consolidar o crear centros turísticos de larga temporada y a promover en la mayor medida posible el turismo de fuera de temporada.

Así, pues, para paliar la estacionalidad de la demanda se siguen las siguientes líneas de actuación:

- Impulsar, crear y consolidar estaciones turísticas con dos temporadas (caso de las provincias canarias y los centros de montaña).
- Promocionar las utilizaciones complementarias en aquellos centros turísticos de alta estacionalidad (convenciones y congresos, celebración de cursos, campeonatos y competiciones deportivas, ferias y exposiciones, etcétera).
- Atraer nuevos tipos de clientes (jubilados, retirados, escritores, pintores, etc.);

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Impulsar los desplazamientos turísticos interiores, tales como fines de semana y excursiones juveniles.
4. Se encauzarán las acciones de política económica para conseguir un armónico y adecuado desarrollo turístico de las distintas zonas turísticas españolas que cuentan con condiciones naturales aptas para un desarrollo de tal naturaleza.

Tales acciones se realizarán con criterios selectivos, estableciendo un riguroso orden de prioridad, y se guiarán por el principio de la concentración geográfica de esfuerzos. Con tal fin se distinguen tres tipos de áreas geográficas caracterizadas fundamentalmente por:

- Tener ya un fuerte desarrollo turístico.
- Tener un incipiente o medio desarrollo turístico; y
- Carecer de desarrollo turístico, teniendo, no obstante, posibilidades para ello.

En las pertenecientes al primer tipo la acción turística consiste esencialmente en una labor de perfeccionamiento, ordenación y diversificación.

En las de incipiente o medio desarrollo se opta, en función de la vocación turística específica de cada área, por consolidar lo ya logrado o por impulsar aún más su crecimiento.

Por último, en las zonas del tercer tipo, y después de un análisis detenido de sus aptitudes y vocación turística, se establece un programa coordinado de promoción. Su realización se iniciará prioritariamente por aquellas que se ha considerado reúnen las mejores condiciones en función de los siguientes criterios:

- Su capacidad de atracción de mayor número de visitantes.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Su capacidad para captar turismo en baja temporada.
 - Su aptitud para atraer turismo de alta capacidad de gasto.
 - Su aptitud para atraer motivacionalmente nuevos tipos de demanda.
 - El volumen de la inversión y otros gastos necesarios para promover su desarrollo; y
 - La rentabilidad y período de maduración de los mismos.
5. Se proseguirá la ordenación y aprovechamiento del suelo mediante tres líneas de acción conducentes a:
- Evitar la especulación del suelo de tal forma que sea posible disponer de los terrenos necesarios sin una inversión excesiva que representa una pesada carga las empresas turísticas.
 - Conseguir unas edificaciones acomodadas al ambiente y al tipismo local; y
 - Evitar los daños al paisaje con construcciones que atenten a la armonía del conjunto.
6. Con base a un inventario detallado de deficiencias e insuficiencias de infraestructura y servicios comunitarios, se formula un programa concreto de actuaciones cuya realización se llevará a cabo con la máxima urgencia dentro de un riguroso orden de prioridades.
- Con esta línea de actuación infraestructural, a la que se dará la máxima prioridad, se atiende a:
- Dotar de infraestructuras y servicios comunitarios adecuados a los centros turísticos nacidos espontáneamente, bien porque carezcan de ellos o porque

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

sean insuficientes en su estado actual o a la vista del futuro desarrollo de los mismos.

- Impedir que los nuevos centros turísticos sigan sin las infraestructuras y servicios convenientes.
- Vigilar atentamente la suficiencia o insuficiencia de las reservas de aquellos centros con plan de promoción turística aprobado, y especialmente si el ritmo y eficiencia de su realización son satisfactorios; y
- Adecuar la normativa de los centros de interés turístico a algunas modalidades especiales, tales como los centros de deportes de nieve.

Para la mayor eficacia de tales acciones se aplicarán principalmente los siguientes instrumentos:

- El crédito hotelero para la dotación de infraestructuras exigidas por la ley.
- El crédito de infraestructura, que se canalizará prioritariamente hacia los municipios y empresas urbanizadoras de centros de interés turístico nacional; y
- Las inversiones públicas directas en aquellas obras de infraestructura y dotación de servicios comunitarios que corresponden a la competencia del Estado.

7. Para conseguir la más eficaz utilización de la oferta y los recursos turísticos del país se dará la más alta prioridad al criterio de rentabilidad, que será tenido en cuenta por el sector público, tanto en sus propias explotaciones turísticas como para conceder estímulo o apoyos de cualquier naturaleza (subvención, crédito, etc.) al sector privado.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En este sentido se llevará a cabo, siguiendo un orden preestablecido de prioridades, un programa de ampliaciones, mejoras y enajenaciones de la red de establecimientos turísticos que administra ATE. Igualmente se iniciará la ejecución del Plan de Nuevos Paradores, en el que se tiene en cuenta el criterio de rentabilidad especialmente a largo plazo.

Para inducir al sector privado a mejorar cuanto sea necesario la rentabilidad y eficacia de sus explotaciones turísticas se emprenden los siguientes tipos de acción:

- Condicionar la concesión de cualquier clase de ayuda oficial a la rentabilidad futura de la explotación, teniendo en cuenta:
 - a. La oportuna adecuación cuantitativa, cualitativa y locacional de la oferta a la demanda que se desea atraer y servir; y
 - b. La dimensión óptima de cada tipo de explotación según criterio de racional explotación
 - Facilitar y apoyar la reconversión, unión, fusión y asociación de empresas conducentes a obtener explotaciones de dimensiones óptimas.
 - Atender a la adecuada capacitación profesional del trabajador que permita un aumento sustancial de su productividad.
8. Se emprenderán las acciones oportunas en orden a conseguir la adaptación temporal y espacial, cuantitativa y cualitativa, entre la oferta y la demanda de trabajo.

Se atenderá particularmente a la formación, en número adecuado a las necesidades de las explotaciones turísticas, de los distintos tipos de profesionales de las actividades turísticas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La mejora del nivel de vida se conseguirá sobre la base fundamental de una elevación de la rentabilidad y la eficacia de las explotaciones por la correspondiente elevación de las retribuciones monetarias y, además, por el perfeccionamiento de las condiciones de trabajo.

9. Se seguirá atentamente a la evolución de los precios turísticos para conseguir que mantengan unos niveles tales que permitan una adecuada rentabilidad a las empresas turísticas y sean atractivos para el cliente.

La situación comparativa de los precios de servicios y productos turísticos entre los países competidores del área mediterránea y del este europeo, y entre éstos y los países de origen, de las grandes corrientes del turismo internacional, es de la máxima importancia para la actividad turística española.

Por ello se apoyará decididamente toda política de estabilidad interna de precios y se procurará arbitrar los medios necesarios para reducir los costes, de las empresas y actividades turísticas.

10. Se emprenderán en el próximo cuatrienio las oportunas acciones para facilitar, estimular y encauzar hacia actividades turísticas la mayor disponibilidad de tiempo libre y la creciente capacidad de compra que el progresivo aumento del nivel de vida está proporcionando a todos los españoles.

Para extender el turismo popular se tratará de fomentar la creación de fórmulas especiales de ahorro con fines turísticos. igualmente se estimulará a la Organización Sindical y a otras instituciones locales, empresariales, o meramente recreativas, para que se esfuercen en

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

promover viajes turísticos y en dar alojamiento a los turistas nacionales a ellas ligados.

Igualmente se procederá al aprovechamiento del medio rural para fines turísticos mediante la adecuada ordenación de embalses, áreas forestales, parques naturales y creación de cotos de caza y pesca.

A lo largo de las principales carreteras españolas se fomentará la aparición de un tipo de restaurante típico español o mesón que, cercano a las grandes ciudades y zonas turísticas, ofrezca al turista una ambientación y una cocina típicamente regionales a precios normalizados.

En la mayoría de las ciudades españolas se edificarán hoteles de una o dos estrellas utilizables fuera de temporada turística fundamentalmente por viajeros de comercio, estudiantes, etcétera.

Se promocionará la construcción de burgos turísticos que serán albergues de construcción adaptada al paisaje que permitan disfrutar de la naturaleza en toda la gama climatológica del año con la finalidad de que todos los españoles que habitan en los núcleos urbanos puedan emplear su tiempo libre de fines de semana y vacaciones cortas con desplazamientos de su residencia habitual a

distancias próximas y a costes asequibles. Algunos burgos se localizarán en las zonas invernales con el objeto de facilitar las estancias para la práctica de deportes de nieve a precios populares.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Para que muchas familias de la ciudad puedan disfrutar de sus vacaciones en comarcas rurales y marítimas se promocionará la adecuación turística de casas de labranza y de pescadores, en unos ambientes acogedores y económicos, con una alimentación sana y sencilla y en contacto con la naturaleza. Igualmente se prestará particular atención a la adecuación de casas de montaña para su uso por el turismo de nieve en aquellos lugares que sean adecuados para la práctica de dicho deporte invernal.

3. La evolución del turismo en el cuadrienio 1972-1975

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En el presente capítulo se establece la evolución previsible del turismo en el cuatrienio 1972-1975, en los siguientes aspectos: el gasto del turismo exterior en España y del turismo español en el extranjero, número de visitantes y movimiento previsible del turismo interior, los alojamientos turísticos y las industrias complementarias, otros recursos turísticos y se establece, por último, una estimación de necesidades en materia de infraestructuras sanitarias en áreas turísticas del litoral.

3.1. Ingresos y gastos por turismo

3.1.1. Los ingresos por turismo

Para establecer las previsiones relativas a ingresos por turismo en el cuatrienio 1972-1975 se han seguido los siguientes procedimientos:

1. En primer lugar, se ha considerado que los ingresos por turismo en España corresponden a un porcentaje del total de los gastos por turismo que realizan los países pertenecientes a la OCDE. Ello no quiere decir que los ingresos por turismo que obtiene España proceden exclusivamente de tales países, sino que existe una elevada correlación entre los ingresos turísticos de España y los gastos por turismo realizados por la OCDE. El método empleado ha sido el siguiente:
 - Cálculo de las rectas de regresión entre las rentas nacionales de los países de la OCDE y sus correspondientes gastos por turismo en el extranjero, con desfase temporal de un año entre una y otra magnitud. Se han empleado series estadísticas que cubren el período comprendido entre los años 1960 y 1970. Todos los países considerados, a excepción de España, Grecia, Portugal y Reino Unido,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

aparecen con coeficientes de correlación superiores a 0,91 y, en la mayoría de los casos, muy cercanos a la unidad, por lo que puede admitirse la existencia de una fuerte repercusión en el incremento del gasto por turismo de los aumentos de la renta nacional.

- Estimación de las futuras tasas de crecimiento de la renta de los países de la OCDE.
- La aplicación de las tasas de crecimiento previstas a las rectas de regresión ha permitido calcular para el cuadrenio 1972-1975 el volumen previsible de gastos por turismo que realizarán los países de la OCDE.
- Otro procedimiento seguido se ha basado en el valor de las elasticidades-renta de los gastos turísticos de cada uno de los países considerados. Se han calculado unas elasticidades en arco que vienen dadas por el cociente de las tasas de crecimiento acumulado del gasto y la renta. La aplicación de las tasas previstas de crecimiento de las rentas a tales coeficientes ha permitido obtener nuevas previsiones sobre la evolución futura de los gastos por turismo de los países de la OCDE. Las cifras así obtenidas son superiores a las del anterior procedimiento, debido a que en éste se estima que las elasticidades van a permanecer invariables y, en consecuencia, encierra el sesgo de ser un valor medio; por otra parte, la elasticidad calculada como razón entre las tasas de crecimiento tiene quizá un valor más alto que el que pueda tener en el futuro, ya que el porcentaje de crecimiento de los gastos, por partir sobre una base más pequeña, tiene valores medios superiores.
- Otro camino que se ha seguido para estimar los previsibles gastos de la OCDE ha sido el más simple de calcular su tendencia histórica y extrapolarla hacia el futuro, con lo

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que se han obtenido cifras más bajas que en los dos procedimientos anteriores.

- Tras la determinación del posible gasto turístico de la OCDE, se ha estimado la participación de la Europa mediterránea en aquellos gastos o, mejor dicho, la relación existente entre los ingresos por turismo de área mediterránea europea y los gastos totales por turismo de los países de la OCDE. Desde el año 1966 viene observándose un irregular descenso de tal relación. En principio, tal descenso ofrece un panorama relativamente pesimista y se debe a que otras zonas van captando parte de los incrementos de la demanda turística mundial, tales como el Caribe, algunos países norteafricanos y el norte y el este de Europa. Para estimar la probable evolución futura se ha partido de tres hipótesis diferentes: que el descenso en la participación fuera lineal, que el descenso se ajustase a una función parabólica y, por último, que se ajustase a una función hiperbólica en su rama descendente para el último quinquenio. De las tres hipótesis se ha aceptado, por creerse más realista, esta última.
- De igual manera se ha analizado el porcentaje de participación de los ingresos turísticos de España en el conjunto de los países europeos del Mediterráneo. Tal participación ha seguido una trayectoria irregular, alcanzando su máximo techo en 1965, para iniciar desde entonces un leve descenso hasta 1967, momento a partir del cual empieza a mostrar una tendencia a elevarse. Por tales circunstancias, para estimar la futura participación de España en los ingresos por turismo del área mediterránea europea se ha creído oportuno ajustar una función potencial que es la que mejor se ajusta y la que presenta, por tanto, unas características más reales. Esta proyección

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

implica una suave tendencia hacia una mayor participación de España en los ingresos de tal área geográfica.

- Otro procedimiento para estimar los ingresos por turismo en España ha sido el de aplicar el porcentaje estimado de participación de España en la recta temporal de tendencia de los ingresos del área mediterránea europea.

2. Junto al método señalado, en sus múltiples variantes, se ha utilizado otro conjunto de procedimientos estadísticos considerando exclusivamente a España, sin relacionarla con la evolución de la OCDE y de la Europa mediterránea.

En primer lugar, se ha estimado los ingresos turísticos según recta de tendencia temporal ajustada a la serie histórica del período 1961-1970. En segundo lugar, se ha considerado de interés establecer un modelo uniecuacional que permitiese estimar la evolución de los ingresos turísticos en función de dos variables: el número de visitantes y coste de la vida. El cálculo de los coeficientes de correlación parcial pone de manifiesto que es muy grande la influencia del volumen de turistas sobre el total de los ingresos turísticos. El índice del coste de la vida influye, pero no excesivamente. En razón al alto coeficiente de correlación múltiple y a que las previsiones obtenidas se ajustan bastante a las anteriores, se ha estimado conveniente incluir también tal procedimiento.

3. Por último, se han realizado previsiones teniendo en cuenta los informes remitidos por los servicios oficiales del Ministerio de Información y Turismo en el extranjero y los sondeos realizados entre algunas agencias turísticas nacionales y extranjeras.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La ponderación de los resultados obtenidos siguiendo los métodos indicados ha llevado a establecer como evolución previsible de los ingresos por turismo la siguiente:

Años	Ingresos (Millones de dólares)
1972	2.071,0
1973	2.298,7
1974	2.551,6
1975	2.832,2
Total	9.753,5

Tal evolución implica:

1. Que los ingresos por turismo crecerán, con base en 1970, a una tasa anual y acumulativa del 11 por 100.
2. Que en el año 1975 se obtendrán algo más de 2.800 millones de dólares, cifra superior en casi un 70 por 100 a la obtenida en 1970.
3. Que en el cuatrienio 1972-1975 el turismo aportará a la economía nacional más de 9.750 millones de dólares, o sea, el 180 por 100 de lo que aportó en el cuatrienio 1967-1970.
4. Que el grado de cobertura de las importaciones por los ingresos por turismo permanecerán en torno al 30 por 100 en el próximo cuatrienio. Así, pues, casi la tercera parte de las importaciones podrán ser cubiertas por los ingresos en divisas que el turismo aportará a la economía nacional.

3.1.2. Los gastos por turismo

Para proceder a la estimación del gasto que previsiblemente los turistas españoles han de realizar en el extranjero en el cuatrienio 1972-1975 se han seguido también diversos métodos matemáticos:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1. El primero ha consistido en ajustar funciones potenciales a las series estadísticas de los gastos por turismo y la renta nacional, con desfase de un año, en el período 1960-1970.
2. En segundo lugar se han ajustado funciones lineales a las mismas series estadísticas.
3. El tercer método ha consistido en ajustar rectas temporales de tendencia a la serie histórica de los gastos por turismo en el período 1960-1970.

La adecuada ponderación de los resultados obtenidos por extrapolación de las distintas funciones empleadas permite estimar como más probable la siguiente evolución de los gastos por turismo:

Años	Gastos (Millones de dólares)
1972	139,2
1973	154,5
1974	171,5
1975	190,4
Total	655,6

3.1.3. La balanza turística

La evolución de los saldos de la llamada Balanza Turística, obtenidos por diferencia entre los ingresos y los gastos por turismo, será la siguiente:

Años	Saldo Balanza Turística (Millones de dólares)
1972	1.931,8
1973	2.144,2
1974	2.280,1
1975	2.641,8
Total	9.097,9

3.2. El número de visitantes y el turismo interior

3.2.1. El número de visitantes

Para la estimación del número de visitantes en el cuatrienio 1972-1975 se han seguido los siguientes métodos:

1. Estimaciones de mercado realizadas por los servicios oficiales del Ministerio de Información y Turismo y algunas agencias turísticas nacionales y extranjeras.
2. Previsiones basadas en el análisis de la participación de España en el turismo del área mediterránea europea. Se ha partido de las series históricas del turismo mundial y del turismo llegado a la Europa mediterránea, ajustando a las mismas las correspondientes funciones de tendencias. Los coeficientes de correlación toman valores cercanos a la unidad.

Con base en esas rectas de tendencia se ha estimado la futura evolución del turismo mundial y del que afectará al área mediterránea europea. Fijado el previsible número de visitantes que en el cuatrienio 1972-1975, han de llegar a Europa meridional se ha estimado qué porcentajes de participación sobre tales previsiones le corresponderán a España. Para ello se han utilizado dos funciones potenciales diferentes: la primera se ha basado en la serie histórica que arranca de 1960, y la segunda en la que parte de 1964.

Otra variante empleada ha sido la de calcular la recta de regresión que liga el número de visitantes de España con el de la Europa mediterránea, basado en las correspondientes series

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

históricas desde el año 1960. También en este caso el coeficiente de correlación está muy cercano a la unidad. Las previsiones ya establecidas sobre el futuro número de visitantes, del área mediterránea permite establecer el relativo a España.

3. Estimación basada en la evolución previsible del gasto medio por visitante. Habiendo sido estimada la futura evolución de los ingresos por turismo, es obvio que si se establecen las previsiones sobre el futuro gasto medio anual, por simple división pueden obtenerse las previsiones relativas al número de visitantes. Para la estimación de los gastos medios por visitante se han procedido por extrapolación basada en la recta de tendencia ajustada a la serie histórica del gasto medio por visitante con base en el año 1960.

El bajo coeficiente de correlación obtenido indica que el ajuste realizado no es muy consistente.

4. Estimación basada en el análisis de la tendencia seguida por el turismo hacia España. Se ha ajustado una recta de tendencia la serie histórica del número de visitantes, que ha resultado tener un coeficiente de correlación también muy próximo a la unidad.

La ponderación de los resultados obtenidos por los distintos métodos, ha llevado a aceptar como evolución más probable del número de visitantes en el cuatrienio 1972-1975 la siguiente:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Años	Número de visitantes (Millones de personas)
1972	29,2
1973	32,1
1974	35,3
1975	38,8
Total	9.097,9

Tales objetivos implican:

- Que en el período de vigencia del III Plan de Desarrollo visitarán España algo más de 135 millones de personas, o sea, el 60 por 100 más que las que nos visitaron en el cuatrienio 1967-1970.
- Que el número de visitantes crecerá, con base en 1970, a una tasa anual acumulativa media del 10 por 100; y
- Que en el año 1975 visitarán España cerca de 39 millones de personas, con un aumento sobre el número de visitantes de 1970 del 61 por 100.

3.2.2. Turismo Interior

En este caso, por falta de información estadística, se ha tenido que utilizar una serie muy corta, con el fin de ajustar una función lineal turismo-renta nacional, con un coeficiente de correlación cercano a la unidad.

También con objeto de contrastar se ha analizado el crecimiento de nuestro turismo interior, considerando la elasticidad renta-turismo para España igual a la unidad, y un crecimiento acumulativo de la renta en términos monetarios de 7,9 por 100.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La ponderación de ambos resultados aconseja tomar como cifras más adecuadas para la previsible evolución del turismo interior las siguientes:

Años	Turismo Interior (Millones de desplazamientos)
1972	16
1973	18
1974	21
1975	24

3.3. Los alojamientos turísticos y las industrias turísticas complementarias

3.3.1. Los alojamientos turísticos

Para estimar el crecimiento necesario en alojamientos turísticos, el primer problema que se plantea es prever el número de personas que habrán de alojarse en el cuatrienio 1972-1975. Para resolverlo se han seguido los siguientes métodos.

El primero consiste en la extrapolación de la recta de tendencia a la serie histórica de alojados, que resulta tener un coeficiente de correlación elevado.

El segundo consiste en calcular las rectas de regresión del número de extranjeros alojados —número total de visitantes y del número de españoles residentes—, volumen total del turismo interior y agregar los resultados obtenidos de las correspondientes extrapolaciones. Las rectas de regresión obtenidas tienen también coeficientes de correlación cercanos a la unidad.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otra parte, se ha procedido también a estimar la futura evolución del número de alojados por categorías de alojamientos, empleando para ello los correspondientes ajustes funcionales.

Se ha procedido después a extrapolar la serie histórica de las estancias medias para el mes de agosto realizando los correspondientes ajustes funcionales.

Conocidas las cifras del volumen de alojados y las estancias medias, por simple multiplicación se ha obtenido el volumen previsible de pernoctaciones para el mismo mes.

Por último, para estimar el número de plazas que previsiblemente será necesario crear en el cuatrienio 1972-1975 se han seguido diversos métodos:

El primero, parte de la hipótesis de que para adecuar la oferta y la demanda parece aconsejable que el crecimiento de las plazas hoteleras sea paralelo al aumento de las pernoctaciones. En consecuencia, se ha procedido a aplicar al número de plazas existentes al finalizar el año 1970 las tasas anuales previstas de crecimiento de las pernoctaciones. Procedimiento similar se sigue para estimar el crecimiento de las plazas de acampamentos turísticos.

Otro método empleado ha consistido en la realización de unos ajustes lineales entre las series históricas del número de alojados que ha permitido la correspondiente extrapolación. Igualmente, se ha procedido a extrapolar la recta de regresión entre el número de plazas y volumen de turistas (extranjeros y nacionales).

Otro camino para determinar el número de plazas necesarias en el año 1975 ha sido considerar el número de alojados, el volumen que del total corresponde al mes de agosto, el número de pernoctaciones del mes y

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

la pernoctación media por día. A continuación fijar el grado de ocupación para el mes punta y con estos valores determinar el número de plazas necesarias.

Métodos similares han sido seguidos para determinar las plazas necesarias en acampamentos y otros alojamientos turísticos, incluidos apartamentos.

La ponderación de los resultados obtenidos por los distintos métodos empleados conduce a la necesidad de crear en el cuatrienio 1972-1975 las siguientes plazas en alojamientos turísticos:

		Plazas
Acción privada		651.157
En hoteles	227.046	
En hostales	38.555	
En fondas y casas de huéspedes	17.485	
De «campings»	38.547	
De apartamentos	329.524	
Acción pública		67.460
En burgos turísticos	20.160	
En moteles	20.000	
En ciudades vacacionales	20.000	
Por ampliación de paradores	3.700	
En nuevos paradores	3.600	
Total general		718.617

La distribución temporal de las plazas a crear en el próximo cuatrienio se recoge en las tablas III.1 y III.2, por lo que se refiere a la acción privada.

3.3.1. Las industrias turísticas complementarias

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El crecimiento del turismo afecta también de modo importante a toda una serie de servicios que, si bien se hallan a su vez condicionados por el propio nivel de vida de la población española, resultan necesarios para satisfacer la demanda turística. El análisis de tales servicios se limita, no obstante, a algunos de los actualmente encuadrados en el Sindicato Nacional de Hostelería y Actividades Turísticas, es decir: Agencias de viaje, restaurantes, cafés-bares y tabernas, cafeterías y salas de fiesta.

TABLA III.1

EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA HOTELERA PRIVADA

(Número de plazas a crear)

Categorías	1972	1973	1974	1975	Total
Hoteles de 5 estrellas	1.449	1.460	1.518	1.483	5.910
Hoteles de 4 estrellas	6.211	6.345	6.693	6.783	26.032
Hoteles de 3 estrellas	19.909	21.084	22.800	24.120	87.913
Hoteles de 2 estrellas	11.863	12.190	13.032	13.406	50.491
Hoteles de 1 estrella	13.370	13.738	14.628	14.964	56.700
Hostales y pensiones de 3 estrellas	699	700	738	734	2.871
Hostales y pensiones de 2 estrellas	3.379	3.033	3.339	3.271	13.022
Hostales y pensiones de 1 estrella	5.630	5.482	5.783	5.767	22.662
Total	62.510	64.032	68.531	70.528	265.601

EL CRECIMIENTO DE OTROS ALOJAMIENTOS PRIVADOS

(Número de plazas a crear)

Tipo de alojamiento	1972	1973	1974	1975	Total
Fondas y casas de huéspedes	4.293	4.275	4.468	4.449	17.485
Acampamentos turísticos	10.141	8.418	10.241	9.747	38.547
Apartamentos turísticos	80.814	80.814	83.950	83.946	329.524
Total	95.248	93.507	98.659	98.142	385.556

Para fijar las previsiones del número de establecimientos que se crearán en el próximo cuatrienio se han utilizado, para cada grupo, los procedimientos:

- Extrapolación de la tendencia histórica seguida, y
- Extrapolación según funciones de regresión entre el número de establecimientos y el volumen turístico (extranjeros más turismo interior).

Las medias aritméticas de los resultados obtenidos por extrapolación de ambas funciones en cada tipo de industria se han tomado como previsiones relativas al número de establecimientos. Las variaciones interanuales de las cifras obtenidas representan, precisamente, el número de establecimientos a crear, que son los siguientes:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

	Número de establecimientos
Agencias de viaje	241
Restaurantes	3.960
Cafés, bares y similares	21.415
Cafeterías	1.922
Salas de fiestas	366
Total	27.904

La distribución anual de los establecimientos que han de crearse en el período de vigencia del III Plan se presenta en la tabla III.3, en lo que respecta al sector privado.

3.3.2. Puestos de trabajo a crear en los distintos tipos de establecimientos de la oferta turística.

Con el fin de establecer las previsiones relativas al número de personas que será necesario incorporar a las diversas empresas y actividades turísticas consideradas, se ha instrumentado un procedimiento que ha servido para fijar el número de puestos de trabajo necesarios para atender la creciente demanda turística.

TABLA III.3

EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA PRIVADA AUXILIAR

(Número de establecimientos a crear)

Tipo de Industria	1972	1973	1974	1975	Total
Agencias de viaje	58	60	63	60	241
Restaurantes	952	990	1.028	990	3.960
Cafeterías	463	480	499	480	1.922
Cafés, bares y similares	5.148	5.354	5.560	5.353	21.415
Salas de fiestas	88	92	94	92	366
Total	6.709	6.976	7.244	6.975	27.904

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En primer lugar, se ha establecido la relación plazas-empleado en cada uno de los tipos de alojamientos turísticos hoteleros y extrahoteleros. No ha sido posible hallar tal coeficiente para los apartamentos turísticos. Las relaciones se han obtenido dividiendo el número de plazas por el de empleados, referidos ambos al mes de agosto del año 1970.

En forma similar se ha procedido para las industrias turísticas auxiliares y complementarias, en las que se ha calculado la relación por cociente existente entre el número de empleados y el de establecimientos, referidas ambas cifras al año 1969.

En segundo lugar, para estimar los puestos de trabajo a crear en los alojamientos turísticos se ha procedido dividiendo los números previstos a crear en el cuatrienio por los respectivos coeficientes plaza-empleada. En el caso de las industrias auxiliares se ha multiplicado el número de establecimientos previstos por el coeficiente empleado-establecimiento.

Los resultados obtenidos, que se recogen con más detalle en las tablas III.4 y III.5 son los siguientes:

		Puestos de trabajo
Acción privada		173.228
Hoteles	54.709	
En hostales y pensiones	5.882	
En acampamentos	870	
En fondas y casas de huéspedes	1.942	
En agencias de viaje	1.542	
En restaurantes	23.760	
En cafeterías	16.682	
En cafés, bares y similares	64.245	
En salas de fiestas	3.594	
Acción pública		16.859
Total general		190.085

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otra parte, se ha tratado de estimar no sólo los nuevos puestos de trabajo, sino también aquellos otros que por cambios de profesión, jubilaciones, fallecimientos, accidentes de trabajo y otras causas puedan quedar vacantes en el próximo cuadrienio, y que, por tanto, tendrán que ser cubiertos por otras personas.

Para tal estimación, que debe tomarse con bastante reserva, se ha seguido el siguiente camino:

Se ha considerado en cincuenta años el tiempo medio de actividad laboral, o sea, entre los intervalos de clases de quince a veinte años, y de sesenta y cinco a setenta, estimándose que el porcentaje medio anual de jubilación o fallecimientos es del 2 por 100 sobre el total de empleados en el sector. Se ha estimado en 1 por 100 del total de empleados el número de personas que por otros motivos o circunstancias abandonarán sus puestos de trabajo. Aplicando el 3 por 100 resultante al total del empleo existente en el período precedente se ha calculado que en el próximo cuadrienio quedarán vacantes, por las razones indicadas, 83.023 puestos de trabajo.

TABLA III.4

PUESTOS DE TRABAJO A CREAR EN ALOJAMIENTOS PRIVADOS

Categorías	1972	1973	1974	1975	Total
Hoteles de 5 estrellas	805	811	843	824	3.283
Hoteles de 4 estrellas	2.300	2.350	2.479	2.512	9.641
Hoteles de 3 estrellas	5.105	5.406	5.846	6.185	22.542
Hoteles de 2 estrellas	2.373	2.438	2.606	2.681	10.098
Hoteles de 1 estrellas	2.156	2.216	2.359	2.414	9.145
Hostales y pensiones de 3 estrellas	127	127	134	133	521
Hostales y pensiones de 2 estrellas	563	506	556	545	2.170
Hostales y pensiones de 1 estrellas	793	772	814	812	3.191
Fondas y casas de huéspedes	477	475	496	494	1.942
Acampamentos	227	194	229	220	870
Total	14.926	15.295	16.362	16.820	63.403

TABLA III.5

PUESTOS DE TRABAJO A CREAR EN LA INDUSTRIA PRIVADA AUXILIAR

Tipo de Industria	1972	1973	1974	1975	Total
Agencias de viaje	371	384	403	384	1.542
Restaurantes	5.712	5.940	6.168	5.940	23.760
Cafeterías	4.019	4.166	4.331	4.166	16.682
Cafés, bares y similares	15.444	16.062	16.680	16.059	64.245
Salas de fiestas	864	903	923	904	3.594
Total	26.410	27.455	28.505	27.453	109.823

La suma de estas últimas cifras con las de nuevos puestos de trabajo a crear permite obtener el total de la oferta de empleo por parte de las empresas y actividades turísticas consideradas. Tal oferta de empleo ascenderá, por tanto, a 256.254 puestos de trabajo, según la distribución

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que se resume en la tabla III.6, a crear por la iniciativa privada, más los 16.859 puestos creados directamente por la acción del Estado.

TABLA III.6

OFERTA DE EMPLEO

Años	Nuevos puestos de trabajo	Sustituciones	Total
1972	41.336	19.141	60.477
1973	42.750	20.178	62.928
1974	44.867	21.296	66.163
1975	44.273	22.413	66.686
Total	173.226	83.028	255.254

3.3.3. La inversión necesaria

Las inversiones que se prevé realizar ascienden, aproximadamente, a unos doscientos cincuenta mil millones de pesetas, distribuidos de la siguiente forma:

INVERSIONES NECESARIAS

		En millones de pesetas
I. Privada		238.374,9
Alojamientos hoteleros y hostales	72.201,9	
Fondas y casas de huéspedes	1.310,8	
Acampamentos turísticos	800,9	
Apartamentos turísticos	59.314,3	
Agencias de viaje	1.205,0	
Restaurantes	27.720,0	
Cafeterías	8.649,0	
Cafés, bares y similares	64.245,0	
Salas de fiestas	2.928,0	
II. Pública		6.525,0
Subsector turismo	4.525,0	
Subsector ciudades sindicales y residencias de Educación y Descanso	2.200,0	
Total general		244.899,9

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Para llegar a estas valoraciones se ha tenido en cuenta los distintos supuestos de localización de los establecimientos (playas, montaña, urbanos, etc.), tomando para cada categoría de los; mismos su coste medio. La distribución anual de las inversiones privadas se presenta en las tablas III.7 y III.8.

A estas inversiones nuevas a realizar hay que agregar las correspondientes a la renovación de la actual oferta turística existente, que asciende a 2.700 millones de pesetas, distribuidas en la siguiente forma:

INVERSIONES NECESARIAS PARA REPOSICIÓN 1972-1975

	Millones de pesetas
Modernización y conservación de alojamientos hoteleros	900,0
Renovación de la planta hotelera de estaciones termales	1.200,0
Modernización y reforma de la industria turística	600,0
Total general	2.700,0

TABLA III.7

INVERSION PRIVADA NECESARIA EN ALOJAMIENTOS

(Millones de pesetas)

	1972	1973	1974	1975	Total
Hoteles y hostales	16.841,0	17.417,8	18.656,0	19.287,1	72.201,9
Fondas y casas de huéspedes	322,3	320,6	334,3	333,6	1.310,8
Acampamentos turísticos	210,3	175,9	212,3	202,4	800,9
Apartamentos turísticos	14.546,5	14.546,5	15.111,0	15.110,3	59.314,3
Total	31.920,1	32.460,8	34.313,6	34.933,4	133.627,9

INVERSION PRIVADA NECESARIA EN LA INDUSTRIA AUXILIAR

(Millones de pesetas)

Tipo de Industria	1972	1973	1974	1975	Total
Agencias de viaje	290,0	300,0	315,0	300,0	1.205,0
Restaurantes	6.664,0	6.930,0	7.196,0	6.930,0	27.720,0
Cafeterías	2.083,5	2.160,0	2.245,5	2.160,0	8.649,0
Cafés, bares y similares	15.444,0	16.062,0	16.680,0	16.059,0	64.245,0
Salas de fiesta	704,0	736,0	752,0	736,0	2.928,0
Total	25.185,5	26.188,0	27.188,5	26.185,0	104.747,0

Para llegar a estas cifras, se ha considerado que al final del cuadrienio tiene que haber sido renovado un tercio de los establecimientos hoteleros, aunque dada la modernidad del actual equipo las inversiones resultan reducidas.

Por lo que se refiere a las estaciones termales, la cifra es más alta, dado que, aunque no se prevé la ampliación de su capacidad, el grado de vetustez de la mayoría de sus instalaciones es muy elevado. La inversión supondrá, en muchos casos, construcciones de nueva planta que vengán a sustituir las actuales Instalaciones. La renovación se Prevé ha de realizarse principalmente en aquellos establecimientos termales que se encuentran en rutas turísticas importantes, y sólo será posible mediante una intensa promoción de los balnearios como centros turísticos, basada en las específicas cualidades de los mismos.

3.4. Otros recursos turísticos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Aparte de los alojamientos turísticos y de la industria auxiliar, hay un conjunto, cada vez más amplio y diversificado, de recursos típicamente turísticos que constituyen parte fundamental de los atractivos del país y que requieren un tratamiento diferenciado. Tales recursos son, teniendo sólo en cuenta los más importantes, los siguientes: costas y playas, puertos deportivos, estaciones invernales de montaña, campos de golf, estaciones termales, cotos de caza y pesca y aprovechamiento de embalses con fines turísticos.

3.4.1. Costas y playas

3.4.1.1. *Problemática general*

Las playas constituyen, sin lugar a dudas, el recurso fundamental de atracción turística del país y reclaman una atención muy especial si se quiere seguir manteniendo su poder de atracción, cuando son ocupadas por las ingentes masas de turistas que en ellas se vuelcan.

Es indiscutible la belleza y atractivo de las playas salvajes cuando solamente han de ser utilizadas por unos pocos; pero no es posible mantenerlas en tal estado cuando han de ser objeto de una utilización masiva, ya que entonces surgen unas necesidades mínimas de servicios de diversa índole que son absolutamente imprescindibles, destacando fundamentalmente el aspecto sanitario. Por, otra parte, hay que puntualizar que el concepto de playa no debe limitarse a una zona de arenas y el mar litoral inmediato, por cuanto los terrenos colindantes y su aprovechamiento tienen una influencia decisiva en las posibilidades de utilización estéticas y comodidad de las playas, y, lo que es muy importante, a veces, en la propia estabilidad de las arenas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Otra faceta fundamental a considerar es la necesidad de defender algunas playas contra la regresión producida por causas tales como las siguientes:

- Disminución de la aportación natural de arenas, fenómeno inevitable, provocado por el represamiento de los ríos y las repoblaciones forestales.
- Por causa de las extracciones de arenas para ser utilizadas en la construcción o industria y en la agricultura.
- La invasión de los terrenos de la playa por las fincas colindantes, motivada por el desconocimiento del límite hasta el que han de respetarse los terrenos de dominio público, al no estar hecho el deslinde de los mismos.
- Las perturbaciones producidas en el régimen de transporte litoral de arenas por determinadas obras marítimas.
- Las perturbaciones en el régimen de vientos en la zona litoral producidas por una edificación inadecuada muy próxima a la línea de costa.

Estos son muy someramente enumerados, los distintos aspectos de la problemática playera. Procede ahora señalar las actuaciones mínimas que se consideran adecuadas a la solución de los problemas planteados.

En primer lugar, y como justificante de la necesidad de ciertas inversiones del sector público, debe señalarse el carácter de «bienes de dominio público» de las playas, que si bien salvaguarda de un modo muy eficaz el uso público gratuito de las mismas (que se estima debe conservarse a ultranza), tiene como contrapartida el escaso interés que para la iniciativa privada tiene la ejecución a su costa de las infraestructuras adecuadas a una buena explotación.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Como para cualquier tipo de actuación lógica, la atención de nuestras playas requiere, por orden cronológico, planificar (ordenar), construir y explotar.

3.4.1.2. La explotación de las playas

El tema de la explotación no presenta, en general, dificultades de carácter económico al sector público, dado su evidente atractivo de rentabilidad directa que la hacen perfectamente apetecible a la iniciativa privada o a las corporaciones locales. El único problema: en este aspecto es el que puede provocar una desordenada explotación, bien sea por una excesiva invasión de las arenas o bien por la imposición de tarifas elevadas para el uso de los servicios. En ambos casos, la solución procedente es la derivada del plan de ordenación de la playa, definido en el artículo 19 de la ley de Costas (28/1969), del que más adelante se habla con detenimiento.

Un aspecto importante dentro del tema de la explotación de las playas es el que se refiere al servicio de limpieza de las mismas, hoy encomendado por la mencionada ley de Costas a los ayuntamientos, de los que se estima oportuno recabar la máxima atención al asunto, ya que el gasto que el servicio causa queda compensado con los ingresos derivados de las explotaciones temporales que la propia ley les confiere (artículo 17-tres).

3.4.1.3. Obras y construcciones en las playas

En relación con las obras y construcciones en las playas, cabe distinguir los tipos:

- Las obras de infraestructura, como son los accesos, aparcamientos, paseos, redes de saneamiento y de distribución

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de agua potable y electricidad, obras de defensa y muros de protección, obras marítimas de apoyo a la navegación deportiva y de recreo, etc.

- Las obras de superestructura, como son los edificios e instalaciones dedicados al establecimiento de servicios de restaurantes, bar, aseos, vestuarios, prácticas deportivas, juegos infantiles, etc.

Como en el caso de la explotación, no son, en general, problema las obras de superestructura, por ser aplicable a las mismas cuanto se ha dicho en la explotación.

No ocurre lo mismo con las obras de infraestructura, cuya rentabilidad directa es de difícil estimación y aún más difícil imputación, y que, por otra parte, suelen ser costosas; de aquí nace la gran insuficiencia infraestructural que normalmente presentan nuestras playas, y la solución, en muchas ocasiones, no será posible sino a través de una acción estatal directa, o bien a cargo de las corporaciones locales, como más directamente afectadas por el problema, aunque en este último caso será frecuente la necesidad de un apoyo económico estatal, teniendo en cuenta el peso que puede suponer este gasto para los ya recargados presupuestos municipales.

Dentro de este tipo de obras de infraestructura, merecen especial atención las relativas al saneamiento de las poblaciones y urbanizaciones próximas a la costa. Estos saneamientos es frecuente que culminen sus obras con el vertido al mar de las aguas residuales. Es importante que tales vertidos se hagan de forma correcta, evitando todo peligro de contaminación de las playas inmediatas. Por ello, es del mayor interés hacer cumplir las vigentes normas provisionales para el proyecto y ejecución de instalaciones depuradoras y de vertido de aguas residuales al mar en las costas españolas, especificadas en la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

resolución de la Dirección General de Puertos y Señales Marítimas, de 23 de abril de 1969, interesando del Ministerio de Obras Públicas la más estrecha vigilancia de los actuales vertidos y de los que en lo sucesivo se produzcan.

3.4.1.4. *Ordenación de las playas*

Por lo que se refiere a la necesidad de planificación ordenadora, no es preciso hacer mucho hincapié para resaltar el hecho de su carácter preferente, por los siguientes motivos:

- Es necesario defender el patrimonio playero aún intacto y en condiciones óptimas para un aprovechamiento mucho más racional y lógico de las futuras explotaciones.
- El aprovechamiento y a la explotación de toda playa requieren para ser correctos una planificación previa de la misma y de los terrenos vecinos —evitando así los costosos pasos en falso, a veces de imposible o difícil remedio—, y el establecimiento de unas ordenanzas adecuadas que definan el límite hasta el que puede llegar la iniciativa privada, sin perjudicar los intereses generales.
- El gasto mínimo que puede suponer la planificación se verá compensado, con creces, por los beneficios de todo orden que de ella derivan.

La vigente ley de Costas (28/1969) establece en su artículo 19 textualmente:

«Uno. En las playas en que se produzca o prevea gran concurrencia humana, se formulará por el Ministerio de Obras Públicas, de oficio o a requerimiento del Ministerio de Información y Turismo, de las corporaciones o a instancias de los particulares

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

interesados, y, conjuntamente con los Ministerios de Marina, de Comercio, de Información y Turismo, de la Vivienda y ayuntamientos respectivos, un plan de ordenación general de la playa.

Dos. Si el ayuntamiento discrepara el plan propuesto, se estará a lo previsto en el artículo 10, número 8.»

Fácilmente se comprende que el cumplimiento estricto de lo dispuesto en este artículo requeriría un esfuerzo ingente por parte del Ministerio de Obras Públicas, en lo que se refiere a la formulación de estos planes, dado el gran número de playas que pueden considerarse afectadas por la ley, lo que exigiría, para abordar el trabajo con eficacia, la formación de un muy numeroso equipo técnico y habilitación de unos medios que desbordan por completo las actuales plantillas y consignaciones presupuestarias de dicho Ministerio.

Como consecuencia de las dificultades expuestas, la Dirección General de Puertos y Señales Marítimas está tratando de orientar la solución del problema, buscando la colaboración de los ayuntamientos e incluso de los particulares directamente interesados en tales ordenaciones, para que los mismos se hagan cargo de la formulación de unos «avances de plan» que, con muy ligeras modificaciones en su caso, puedan hacer suyos los Ministerios y organismos a que se refiere el mencionado artículo 11 de la ley de Costas. A este fin, se han editado dos publicaciones, muy interesantes, para dar a conocer los criterios y formalidades que deben adoptarse en los planes de ordenación de playas. Estas publicaciones son:

- Guía para la redacción de avances de planes de ordenación general de playas. MOP. Dirección General de Puertos y Señales Marítimas. Año 1970.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Playas, modelos, tipos y sugerencias para su ordenación. MOP. Dirección General de Puertos y Señales Marítimas.

Ejemplares de ambas publicaciones han sido remitidos en fecha reciente a todos los ayuntamientos costeros.

Queda en pie, sin embargo, la dificultad que aún representa para muchos ayuntamientos pequeños el gasto que supone la ejecución de estos planes y avances de planes. En este sentido, también se estima necesaria la creación de un fondo de ayuda estatal o la utilización de la misma ayuda necesaria para la ejecución de las obras de infraestructura.

3.4.1.5. Defensa y regeneración de las playas.

En relación con la defensa de las playas contra los fenómenos de regresión al principio enumerados, caben las siguientes medidas:

- Prohibición absoluta de extracciones de arenas en playas, las cuales sólo podrían autorizarse en casos muy especiales y concretos en que estuviera demostrado de un modo fehaciente la reposición natural de los volúmenes extraídos.
- Práctica urgente del deslinde de la zona de dominio público de la costa, singularmente en zonas de playa.
- Proyecto y ejecución de una serie de obras marítimas destinadas a defender y regenerar algunas playas.

Las dos primeras medidas señaladas ya vienen practicándose por el Ministerio de Obras Públicas, y solamente se estima adecuado hacer la oportuna recomendación a dicho Ministerio para que se prosigan y, a ser posible, se aceleren las correspondientes actuaciones.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La ejecución de obras marítimas de defensa y regeneración de playas corresponde también al Ministerio de Obras Públicas, si bien en los últimos años son muy pocas las obras de este tipo que se han realizado.

3.4.1.6. *Estimación de la inversión necesaria.*

La consideración y actualización de los estudios realizados sobre materia de ordenación de playas ha permitido una estimación de las inversiones que serían precisas para el próximo cuatrienio 1972-1975, teniendo en cuenta las actuaciones ya realizadas y las modificaciones habidas en los niveles de precios. Estos trabajos han sido realizados con la directa y activa intervención de representantes del Ministerio de Obras Públicas.

La inversión total, que tiene carácter público, asciende a 1.480 millones de pesetas distribuidas de la siguiente forma:

	Inversión (Millones de pesetas)
Redacción por los Ayuntamientos de planes de ordenación	80
Obras de infraestructura previstas en los planes de ordenación a realizar por Ayuntamientos	920
Obras de defensa, regeneración y ampliación de costas y playas a realizar por el Ministerio de Obras Públicas	480
Total general	1.480

La cifra consignada para la redacción de planes de ordenación de playas, se ha estimado en base a un total de 160 proyectos en el cuatrienio, a un precio medio de 500.000 pesetas por unidad.

Habida cuenta de la primacía del interés turístico en cuanto se refiere a costas y playas, las inversiones previstas por los ayuntamientos y el

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Ministerio de Obras Públicas, deberán realizarse en estrecha colaboración con el Ministerio de Información y Turismo. Para financiar tales inversiones será necesaria la utilización del crédito oficial.

3.4.2. Los puertos deportivos

3.4.2.1. Problemática general

El mantenimiento de nuestro nivel turístico determina la exigencia de seguir muy de cerca las actuales y previsibles tendencias de la demanda. En este sentido, tiene particular interés destacar la creciente apetencia del turismo por los deportes náuticos, cuya práctica se hace muy difícil o peligrosa si no se cuenta con unas infraestructuras mínimas adecuadas.

Nuestros promotores turísticos no han sido insensibles a estas exigencias, y desde hace ya algunos años no se concibe ninguna urbanización costera de cierto porte que no prevea obras e instalaciones de tipo náutico, como eficaz estímulo para facilitar sus promociones de ventas o atraer clientela de más alto nivel.

La propia Administración, consciente de la importancia del tema, ha venido mostrando un interés que se ha puesto de manifiesto a través de diversas disposiciones, entre las que destacan:

El decreto 735/1966, de 24 de marzo, por el que se ordenó «la incorporación al Plan General de Puertos de los puertos y zonas deportivas de los mismos que se estimen necesarios, procediendo ulteriormente a revisar dicha incorporación en las sucesivas modificaciones del Plan General de Puertos» y se establecieron las directrices a seguir en orden al acondicionamiento de las zonas destinadas a embarcaciones deportivas en los puertos estatales.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La ley 35/1969, de 26 de abril, sobre puertos deportivos, de cuyo preámbulo es interesante destacar el siguiente párrafo: «El desarrollo que el deporte náutico ha adquirido en España por la afluencia del turismo interior y exterior y la creciente utilización de embarcaciones menores hace necesaria la promulgación de una ley específica que regule la construcción, conservación o explotación de puertos deportivos, complementando los conceptos y esquemas de las disposiciones generales vigentes sobre puertos, inaplicables, en algunos de sus aspectos, a esta materia concreta».

Esta ley establece la posibilidad de puertos deportivos:

- Construidos por el propio Estado.
- Construidos por las corporaciones locales, Delegación Nacional de Educación Física y Deportes y Organización Sindical.
- Construidos por clubs náuticos y particulares.

En el primer caso se requiere la previa incorporación del puerto de que se trate al Plan General de Puertos, mientras que en los otros dos casos se establece la posibilidad de ayuda técnica gratuita por parte del Ministerio de Obras Públicas, a efectos de dirección facultativa e inspección de obras.

No se ha hecho previsión alguna de puertos deportivos de nueva planta en el Plan General de Puertos preparado para el cuatrienio 1972-1975, y ello es lógico, toda vez que estas infraestructuras, por su carácter directamente rentable, pueden y deben ser acometidas por la iniciativa privada, de modo análogo a como se han desarrollado en otros países de Europa.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En nuestro país ya se cuenta con algunas realizaciones privadas de puertos deportivos de nueva planta, alguno de gran importancia, y son numerosos los puertos estatales que disponen de dársenas o muelles dedicados a la navegación deportiva. No obstante, resulta aún muy insuficiente la capacidad de abrigo para embarcaciones de este tipo de que actualmente se dispone.

En definitiva, y si bien se estima que, por el momento, no parece procedente recargar los presupuestos del Estado con la ejecución a su costa de nuevos puertos destinados a la navegación deportiva, sí se cree imprescindible el establecimiento de unos estímulos estatales que activen

de forma eficaz su construcción, a los que deberá sumarse una intensificación de actuaciones del Ministerio de Obras Públicas, en orden al acondicionamiento de los propios puertos generales.

3.4.2.2. Estimación de necesidades en materia de puertos deportivos

Es difícil hacer una valoración exacta de las necesidades previsibles en puertos deportivos, ya que en el crecimiento de la flota deportiva influye muy directamente la propia disponibilidad de bases para su internada y, por otra parte, se carece de datos estadísticos suficientes para hacer una

previsión rigurosa. Pero sí se pueden citar órdenes de magnitud que permitan valorar, con criterio conservador, un límite de tales necesidades en el cual basar las cuantías de ayudas estatales que se consideran prácticamente imprescindibles. Las previsiones de actuación e inversiones que siguen se han formulado con la directa y activa participación de los representantes del Ministerio de Obras Públicas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Los servicios portuarios del Ministerio de Obras Públicas han efectuado un recuento simultáneo en todo el litoral de las embarcaciones presentes en cada puerto, en virtud del cual, y aun dentro de un marco muy conservador, puede establecerse para finales del año 1971 una cifra de 18.000 embarcaciones.

Partiendo de esta última cifra, y suponiendo un aumento acumulativo del 15 por 100 anual —cifra bastante prudente si se tiene en cuenta el 20 por 100 a que se ha llegado en Francia sobre valores absolutos mayores—, se obtiene una necesidad de atraques, al final del próximo cuadrienio, de

31.500. Resulta así en consecuencia, una demanda de puestos de atraque para el cuadrienio de 13.500. Tal cifra está compuesta por el incremento de embarcaciones nacionales más las extranjeras que vendrán a hacer la internada atraídas por unas condiciones más favorables, tanto económicas como climatológicas.

3.4.2.3. *La inversión necesaria*

Para cubrir esta demanda, cabe admitir que un 25 por 100 de la misma se obtenga por acondicionamiento de las zonas deportivas en los puertos generales, con un coste estimado de 100.000 pesetas por puesto de atraque, lo cual supondrá una inversión total de 338 millones de pesetas,

a realizar directamente por el Estado.

El restante 75 por 100, o sea, 10.125 puestos de atraque, a un coste medio de 400.000 pesetas por unidad, implica una inversión privada total de 4.050 millones de pesetas, que, dado el gran interés turístico del tema, podría ser financiada en parte con cargo al crédito oficial. Esta inversión

permitirá crear unos 750 puestos de trabajo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

3.4.3. Estaciones turístico-deportivas de montaña

3.4.3.1. *Introducción*

Según prospecciones realizadas por el Servicio de Estudios de la Comisión Interministerial que en Francia se ocupa de las estaciones de montaña, si las tasas de crecimiento de demanda actuales se mantienen (del 8 al 10 por 100 en Francia, del 10 al 15 por 100 en Estados Unidos), haría falta una capacidad mundial de alojamiento en estaciones de montaña del orden de 15.000.000 de plazas para 1985.

Los lugares aptos para la práctica del esquí en condiciones satisfactorias no son muchos, y a estos efectos, el «arco alpino» (comprendiendo desde los Pirineos hasta Turquía) es privilegiado. En el Himalaya, en los Andes y en ciertas montañas africanas de Etiopía, Camerún y Kenya sólo hay nieve esquiable, en general, por encima de los 3.000 a 4.000 metros; en las montañas de Estados Unidos (Rocosas y región de Nueva York) el viento y los cambios de temperatura hacen que la nieve se transforme en hielo o se licúe; en Canadá el clima es durísimo, y temperaturas de 30° a 40° bajo cero son frecuentes. Sólo Australia es una incógnita, pero su localización geográfica, muy alejada de los mercados demandantes, de resta potencia competitiva.

España, por tanto, con su zona pirenaica fundamentalmente, tiene recursos y posibilidades con que participar provechosamente en ese futuro y muy probable desarrollo del mercado.

El acelerado progreso de la técnica en materia de transporte —sobre todo aéreo— y el consiguiente descenso de los costes de desplazamiento y en los tiempos-distancia, junto, al crecimiento de las rentas, va a posibilitar a no lejano plazo la obtención de demandas reales que hasta ahora, por su alejado, origen, quedaban inalcanzables a este tipo de oferta turística, y por ello, la acción promocional decidida

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que el Ministerio de Información y Turismo ya ha iniciado en materia de estaciones de montaña recibirá un más intenso impulso en este II Plan de Desarrollo.

3.4.3.2. *La inversión necesaria*

En función del previsible incremento de la demanda y de las posibilidades ciertas de los recursos que España puede situar competitivamente en oferta, puede fijarse como objetivo la creación de 40.000 nuevas plazas en estaciones de montaña durante el cuatrienio que, a un coste medio de 500.000 pesetas, supone una inversión privada del orden de los 20.000 millones de pesetas. La distribución media normal de la inversión en estaciones de montaña, es, aproximadamente, y en términos porcentuales, la siguiente:

- Infraestructuras urbanísticas interiores (abastecimiento de agua, aparcamientos, saneamiento, energía eléctrica, etc.) e instalaciones mecánicas de remonte y máquinas para el trabajo de nieve, 25 por 100.
- Edificaciones residenciales, 75 por 100.

Sobre los 20.000 millones de inversión total, corresponderán 5.000 millones a la primera de estas rúbricas y 15.000 millones a la segunda.

A estas cifras hay que añadir la inversión pública directa en infraestructuras básicas de tipo promocional, fundamentalmente accesos, sin las cuales evidentemente es imposible el desarrollo de una estación de montaña. Para estimar esta inversión se ha procedido sumando las correspondientes a las estaciones de montaña —en uso y en proyecto— que por el estado actual de su explotación, por su localización, geográfica y condiciones naturales, por su posibilidad de uso doble de invierno y verano merecen la más alta cualificación,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

turística. La cuantía total de estas inversiones públicas en infraestructuras de accesos se eleva a 1.024 millones de pesetas y deben realizarse en el próximo cuatrienio. Hay que tener en cuenta que parte de las obras de nuevas carreteras o de mejora y ampliación de las existentes tienen no sólo el interés turístico derivado de su servicio concreta para el desarrollo de estaciones de montaña, sino que sirven también los intereses generales del país. Esto quiere decir que una gran parte de la inversión está ya incluida en los programas de actuación e inversiones del Ministerio de Obras Públicas. Se estima que en torno al 10 por 100 de la inversión, o sea, 100 millones de pesetas, corresponderán a obras de infraestructura básica de interés preferentemente turístico para promoción y desarrollo, de estaciones de montaña. El Ministerio de Información y Turismo podrá administrar esta inversión, mediante la adecuada coordinación con el Ministerio de Obras Públicas, según el mismo sistema operativo establecido y utilizado con éxito en el II Plan de Desarrollo.

La inversión pública y privada, que se considera necesaria deberá concentrarse geográficamente en las tres zonas básicas de los Pirineos, el núcleo central de la Sierra de Guadarrama y la Sierra Nevada. Tal inversión permitirá crear unos 3.000 puestos de trabajo, sin considerar los ligados a los alojamientos turísticos y a la industria turística complementaria.

Es obvio destacar el interés que para el buen éxito de la estación de montaña tiene la más perfecta adecuación de los servicios encuadrados en la rúbrica de infraestructuras urbanas interiores e instalaciones deportivas, pero es evidente que el interés privado por acometer unas u otras a su costa es bien distinto. Las instalaciones de tipo deportivo pueden tener una explotación rentable o, en todo caso, contribuir positiva, directa y tangiblemente a la rentabilidad general de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

la estación, pero el promotor privado realizará sus autónomas actuaciones en este campo, en general, más bien a remolque de la presión de la demanda que anticipándose a ésta para forzar su incremento.

Las obras de infraestructura urbanística fundamental y sus correspondientes inversiones no tienen una rentabilidad directamente evaluable para el promotor privado y, por tanto, este importante aspecto de la cuestión —lo mismo en estaciones de montaña que en cualquier otro tipo de promoción turística— no está, con frecuencia, suficientemente atendido.

En ambos casos, y por las razones indicadas, podría ser conveniente otorgar cierta ayuda de la Administración.

El resto de la inversión privada, correspondiente a edificaciones e instalaciones para alojamiento residencial opera otros usos, podrá financiarse en parte con cargo a las ayudas financieras que se encuadran dentro del crédito oficial turístico.

3.4.4. Campos de golf

Aun sin constituir, en puridad, un atractivo básico motivacional turístico-deportiva masificada, los campos de golf suponen un complemento indudable de aquellos atractivos, por cuanto brinda un aliciente adicional para el disfrute de una práctica deportiva que no exige condicionamientos rigurosos de índole física o fisiológica a los practicantes, y es por ello realizable sin distinción prácticamente alguna para personas de todo sexo y edad.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Pueden, por tanto, los campos de golf acrecentar la potencialidad oferente turística de determinados lugares o centros de explotación, cooperando a la consecución de:

- incrementos adicionales en la demanda.
- elevación en el nivel de gasto del turista.
- aumento en la estancia media del turista.

3.4.4.1. *Situación actual*

Según datos facilitados por la Federación Española de Golf, de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes, existen actualmente en España 39 campos de golf, cuya localización geográfica y número de hoyos se señala en el mapa adjunto.

Puede apreciarse el alto grado de concentración regional de los actuales campos de golf. En territorio peninsular hay tres zonas claramente destacadas: Madrid y alrededores, Cataluña y Andalucía, que suman entre ellas casi el 54 por 100 del total nacional de campos de golf y más del 61 por 100 si se excluyen los de territorios insulares. Precizando algo más el análisis, cabe puntualizar que son concretamente las provincias de Madrid, Barcelona y Málaga las que localizan mayor número de estas instalaciones, circunstancia expresiva de la alta correlación que existe entre el volumen o cuantía de la población permanente y los campos de golf. Madrid y Barcelona son las dos ciudades más populosas de España, y la provincia de Málaga es la que alberga la población turística con menor grado de estacionalidad. El nivel medio de renta per cápita es un condicionante adicional e importante de la localización, tanto a escala interior como en lo que a turismo exterior se refiere.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Estos condicionantes siguen informando, en general, los planes de nuevas instalaciones en curso, de las que la Federación tiene noticia y que también se han marcado en el mapa.

Nótese que de estas nuevas realizaciones en curso de ejecución y de entrada de explotación prevista a corto plazo solamente el campo de golf proyectado en la Manga del Mar Menor supone la extensión de este tipo de instalaciones deportivas a una de las zonas turísticas peninsulares

en donde, hasta el momento, estaban inéditas. En el territorio insular el nuevo campo de golf de Ibiza tiene también esta condición.

La Federación Española de Golf tiene noticia de otros propósitos de nuevos campos o de ampliación de algunos existentes, si bien todo ello en fase tan primaria, que no puede, por el momento, precisarse el plazo en que efectivamente serán objeto de la confección de auténticos proyectos y de su efectiva, ejecución.

Las informaciones que se poseen a este respecto hacen referencia a los lugares y que, igualmente, se marcan en el mapa que figura en la página siguiente.

3.4.4.2. Previsiones para el cuatrienio 1972-1975

Aisladamente considerado, un campo de golf no es —en general— una explotación rentable, salvo en los casos concretos en que su localización inmediata a grandes núcleos de población pertinente y de alta renta per cápita permita una organización de tipo club, con un montante de ingresos fijos asegurado y un adecuado número de practicantes de este deporte, pues sólo así pueden cubrirse los elevados costes que comporta no ya la instalación, sino la perfecta conservación del campo.



Estos costes, y de modo fundamental los de conservación, presentan marcadas diferencias —para campos de similares dimensiones y características—, según cual sea la localización de la instalación, por cuanto que la climatología, pluviometría, hidrografía y geología del lugar influyen decisivamente.

En España los lugares más naturalmente aptos para la instalación de campos de golf —con esta óptica de minoración de costes de explotación— no son, en general, coincidentes con las zonas de alta renta y concentración demográfica permanente (se reiteran las excepciones de Madrid, norte de Vascongadas y norte-este de Cataluña) y tampoco lo son con las zonas turísticas más caracterizadas y concurridas, de estacionalidad menos acusadas, cuáles son las costas este, sudeste y sur del Mediterráneo, las islas Baleares y Canarias.

En unos casos por la previsible cortedad de la demanda y en otros por la exigencia de unos costes de instalación y mantenimiento muy

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

elevados, la autónoma explotación de los campos de golf será deficitaria. Ello no obstante, por constituir, sin duda, atractivos de categoría, pueden y deben ser utilizados como tales, para asociados o integrados con otras actuaciones promocionales de oferta, dentro de una adecuada coordinación, obteniéndose una rentabilidad para el conjunto que no sería alcanzable por simple suma de rentabilidades aisladas.

Según ello, las nuevas instalaciones de campos de golf a realizar en el cuatrienio del III Plan de Desarrollo deberán tender a seleccionarse con criterios de prelación, que tornen en cuenta el grado de complementariedad o coeficiente positivo de resonancia recíproca que cada uno genere en promociones turísticas inmediatas de otra naturaleza.

De acuerdo con las instalaciones existentes y las ampliaciones o nuevos campos ya en curso de realización avanzada para inmediata entrada en funcionamiento, así como los proyectos generales de desarrollo turístico regionales y sus previsibles características, se estima que durante el período 1972-1975 deberán ser instalados 17 nuevos campos de golf y su distribución geográfica ajustarse como sigue:

Zonas	Número de campos	Número de hoyos total
Costa Brava y Dorada	2	35
Costa de Azahar y Blanca	3	54
Costa del Sol y de la Luz	2	36
Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas	3	36
Pirenaica	1	18
Baleares	1	18
Canarias	2	36
Madrid y lugares de Castilla occidental	3	54
Total	17	288

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Estas cifras y su distribución tienen la condición de mínimos preferenciales, y se reitera que son independientes de las ampliaciones y nuevas instalaciones ya en ejecución.

Las definitivas y concretas localizaciones, dentro de cada zona, habrán de decidirse de acuerdo con los proyectos, también concretos y específicos, de promociones turísticas de todo tipo más idóneas, para que entre ellas y el campo de golf resulte previsiblemente máxima la beneficiosa y recíproca interinfluencia.

3.4.4.3. *La inversión prevista*

El montante global de inversiones necesarias para el coste de instalación de los 17 campos de golf programados se estima en 357,6 millones de pesetas actuales (coste medio de 1,2 millones de pesetas por hoyo), y su distribución anual como sigue:

Años	Millones de pesetas
1972	100,0
1973	100,0
1974	78,8
1975	78,8
Total cuadrenio	357,6

Tal inversión permitiría crear unos 275 puestos de trabajo.

La financiación deberá ser, en general, afrontada en, su totalidad por el sector privado, si bien con la ayuda de los créditos deporte-turismo ya establecida y administrada por la Comisión Mixta del Ministerio de Información y Turismo y la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes. Ello no obstante, cuando el campo de golf sea parte integrante de un proyecto turístico complejo, podrá conseguirse

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

también los beneficios del crédito turístico, si el Ministerio de Información y Turismo lo considera pertinente.

3.4.5. Los recursos turísticos naturales del medio rural

3.4.5.1. *Los cursos de agua y embalses*

En las zonas interiores del país los ríos y embalses constituyen motivos de atracción, muy especialmente para el turismo interno, tanto de carácter estival como de fin de semana. Aun sin considerar específicamente los problemas inherentes a la pesca deportiva, las masas de agua interiores tienen de día en día una utilización turística creciente, y sus márgenes adquieren en muchos casos el carácter de playas interiores, mientras que las aguas ofrecen posibilidades interesantes para deportes náuticos.

Dado el carácter extremado de nuestra hidrografía, tanto en cuanto a régimen de caudales como respecto al perfil de nuestros ríos, no cabe duda alguna de que es en los embalses donde residen las mayores posibilidades de atracción turística. Sin perjuicio ni detrimento de la finalidad primaria para los que fueron construidos, los embalses deben estar abiertos a la utilización turística.

La importancia de tal utilización se confirma con la consideración de que el VI Plan francés plantea la construcción de pequeños embalses de utilización única y exclusivamente turística en zonas próximas a las grandes ciudades.

El aprovechamiento turístico de nuestros embalses obliga necesariamente a una compatibilización entre el uso turístico y otros aprovechamientos y a una ordenación de las márgenes y zonas limítrofes que no interfiera con los mismos. El período del III Plan ha de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

contemplar el desarrollo de los planos de los embalses de mayor interés turístico y el establecimiento de una normativa ágil y simple para su utilización turístico-deportiva.

El tema es, ciertamente, complejo, y deben ser contemplados todos los aspectos que se engloban bajo la denominación genérica de «economía del agua», otorgando la debida ponderación a los usos alternativos o compatibles, buscando alcanzar un óptimo económico-social en la explotación.

Para facilitar la práctica de los deportes acuáticos a los hombres del interior, alejados de nuestras costas, y se aprovechen las posibilidades turísticas de nuestros embalses por todos los españoles, se actuará en coordinación con el Ministerio de Obras Públicas en la ordenación de «campings», mesones y alojamientos en los embalses con fines turísticos.

3.4.5.2. *Cotos de caza y pesca*

España cuenta con especies inexistentes en Europa occidental o con una abundancia y calidad muy superior. Por su valoración económica, la caza constituye en los países desarrollados un deporte del máximo interés, y es capaz de atraer, por tanto, un turismo de calidad y de elevado nivel de gasto. Algo análogo ocurre con relación a la pesca deportiva.

Promocionar un mayor turismo sobre la base de tales atractivos presupone otorgar preferencia turística a la utilización de los mismos y la creación del equipo infraestructural y de alojamiento adecuado.

Los cotos de caza y pesca constituyen, ya uno de nuestros más importantes atractivos turísticos de rango internacional, cuyo impacto, si

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

bien es reducido en orden a una valoración numérica de motivaciones de viaje, no lo es en cuanto a su reflejo en los ingresos turísticos. El turista cazador o pescador es un cliente de alto nivel de gasto, capaz de recorrer grandes distancias y pagar altos precios por satisfacer su afición.

A escala internacional, los recursos de caza y pesca son claramente escasos en casi todos los países, por lo que los mismos adquieren día a día una creciente valoración turística.

Se debe, por tanto, revalorizar este elemento original o recreado de nuestro equipo infraestructural, adecuando su explotación al logro de un óptimo económico-social. Ello lleva indefectiblemente a replantear los principios básicos que han regido hasta el presente, con escasas limitaciones, el aprovechamiento de la caza y la pesca, consideradas como recursos naturales libres.

El carácter turístico indudable que ya han alcanzado no permite el mantenimiento de una economía de apropiación sobre los mismos abierta a cualquier individuo sin limitaciones, sino que es precisa una ordenación que los inscriba claramente en una economía de mercado. En tal sentido, la creación de cotos marca una orientación adecuada, pero es preciso acentuar el carácter positivo de la misma mediante una regulación de las capturas —como ya se hace, en parte, para determinadas especies— y una regulación de la oferta, estableciendo una ordenación de los recursos cinegéticos o piscícolas y ampliándolos con acciones repobladoras.

No basta, sin embargo, alcanzar un nivel satisfactorio en la calidad y cantidad de tales recursos naturales, sino que el equipo infraestructural ha de ser complementado con ciertas infraestructuras de transporte y

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

con un adecuado equipo de alojamiento para hacer cómodo el acceso a la práctica deportiva.

A efectos de marcar la debida orientación sobre cómo se debe plantear la explotación turística de la caza y la pesca, resulta imprescindible, y así se programa en el presente plan que sea el sector público quien estimule,

con su ejemplo, el desarrollo de iniciativas privadas de calidad en forma análoga a como han actuado hasta el presente los paradores y albergues de la red de alojamientos propiedad del Estado. Se estima, por ello, necesaria una labor de acondicionamiento de los cotos de caza y pesca, dependientes de la Administración Turística Española, para lograr en el cuatrienio unos cuatro, o cinco cotos perfectamente planeados y equipados para su explotación turística con rango internacional, sin perjuicio de la labor que al efecto puedan realizar otros órganos de la Administración y organismos oficiales. Con estas actuaciones es previsible se creen unos 50 puestos de trabajo y se inviertan 100 millones de pesetas.

3.4.5.3. *Otros atractivos naturales*

En el cuatrienio 1972-1975 se intensificará la conservación de parques naturales, áreas verdes y zonas de esparcimiento en el entorno de las grandes ciudades. Por otra parte, el Ministerio de Agricultura procederá a la adecuación de 300.000 hectáreas de zonas montañosas para su utilización recreativa.

3.4.6. *Las estaciones termales*

El termalismo fue en el pasado una de las principales motivaciones de los desplazamientos turísticos, si bien en gran parte con un carácter

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

peculiar, en cuanto su finalidad era fundamentalmente médica, bien de tipo curativo o meramente preventivo. La evolución de la medicina en los últimos años ha afectado claramente a la valoración de las aguas minero-medicinales como medio de proporcionar o mantener la salud física, mientras que la mejora de los transportes y la mayor afición a los deportes acentuó el desvío hacia zonas costeras, por la atracción del mar y de la playa.

Sin embargo, las estaciones termales de otros países, y muy especialmente los centros balnearios importantes —entre ellos los centroeuropeos—, han sabido evolucionar al compás de los nuevos tiempos, conservando si no la anterior posición preeminente, sí un nivel satisfactorio de demanda y de utilización del equipo receptiva creado en períodos anteriores y de las más modernas instalaciones. Las aguas termales y los complejos turísticos nacidas en su entorno siguen siendo, un atractivo importante a la hora de decidir un lugar de vacaciones o de descanso laboral.

España, por su parte, es rica en abundancia, calidad y variedad de eficaces fuentes termales y manantiales de aguas minero-medicinales que ofrecen remedio natural a diversas dolencias, con una eficacia demostrada históricamente desde hace dos milenios. Su clima, por otra parte, dota a tales recursos naturales de un poder de atracción superior al que pueden ofrecer en otros países y constituyen parte importante del equipo infraestructural de que dispone nuestra oferta turística.

La demostración más concreta de la importancia que el termalismo mantiene en el complejo de demandas turísticas la ofrece la cifra de seis millones de termalistas europeos que acuden a los centros o estaciones balnearias no sólo en busca de salud, sino también de servicios turísticos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El termalista es, además, generalmente, un turista de clase superior a la media que busca para sus vacaciones climas suaves propicios para el descanso y la diversión.

La situación de la industria termal española dista mucho, sin embargo, de ser satisfactoria. Circunstancias complejas de todo orden han llevado a la misma a una grave decadencia.

Este hecho supone la anulación a efectos prácticos no sólo, de un equipo infraestructural de primer orden, sino también de unas instalaciones que podrían tener una adecuada utilización turística.

Aun sin profundizar en la problemática general del tema, una primera aproximación al mismo hace patente la existencia de graves defectos en la explotación racional de esta riqueza. Reduciéndolos a una causa genérica, puede afirmarse que se ha llegado al estado actual por una falta de evolución en el sentido de la explotación balnearia que llevará la misma, al igual que otros países, a acentuar su utilización turística sobre la específicamente médico-sanitaria.

El desvío de la demanda hacia los centros balnearios operado en los últimos años, ha incidido desfavorable, mente no sólo en la falta de adecuación de alojamientos, instalaciones y servicios complementarios a las nuevas características de la misma, sino también en la conservación

de las instalaciones existentes. Se trata de un problema difícil cuya resolución ha de basarse fundamentalmente en los siguientes puntos:

- Revisión de la actual legislación médico-sanitaria en materia de balnearios, poniéndola en línea con la vigente en los países de mayor desarrollo del turismo termal.
- Apoyo fiscal y crediticio para una remodelación de nuestras estaciones balnearias que acentúe su utilización turística.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La renovación que se pretende se realizará en aquellos establecimientos termales que se encuentran en rutas o áreas turísticas importantes o que conviene promocionar. En el cuatrienio próximo la ayuda oficial se concentrará básicamente en Sierra Nevada, Pirineo central, Barcelona, Costa Brava y Galicia.

3.4.7. Resumen general de empleo e inversiones en otros recursos turísticos

3.4.7.1. Empleo

Los puestos de trabajo a crear por estos epígrafes, descontados los alojamientos que están incluidos en un apartado anterior, se estiman de la siguiente forma:

	Puestos de trabajo
Estaciones turístico-deportivas de montaña (profesores, monitores, empleados en telerremontas, etc.)	3.000
Campos de golf	275
Puertos deportivos	750
Cotos de caza y pesca	50
Establecimientos termales (diversiones, sanidad, etcétera)	120
Total	4.195

3.4.7.2. Conclusiones

Las inversiones a realizar en el próximo cuatrienio ascienden a 18.599,6 millones de pesetas, distribuidas de la siguiente forma:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

	Millones de pesetas
Ordenación de costas y playas	1.480,0
Puertos deportivos	4.388,0
Estaciones turístico-deportivas de montaña (sin incluir las edificaciones residenciales, por estar introducidas en el apartado relativo a los alojamientos)	6.024,0
Campos de golf	357,6
Cotos de caza y pesca	100,0
Mejora del medio rural, repoblación forestal y defensa de la naturaleza	6.250,0
Total	18.599,6

No se consideran las inversiones en estaciones termales, que ascienden a 1.200 millones de pesetas, por haber sido incluidas en las relativas a alojamientos e industrias turísticas auxiliares.

La cifra de inversión incluye tanto la privada como la pública de carácter directo.

3.5. Infraestructuras sanitarias en zonas turísticas litorales

No siendo posible atender simultáneamente a todas las necesidades infraestructurales que se derivan del rápido crecimiento del movimiento turístico, se pretende resolver en el próximo cuatrienio los problemas más urgentes que afectan al abastecimiento y saneamiento de los núcleos turísticos. La actuación se centra en las zonas a que hace referencia el decreto 3.787/1970, de 19 de diciembre, sobre requisitos mínimos de infraestructura en alojamientos turísticos. Las razones que justifican esta selección previa de las zonas turísticas son las siguientes:

- Son zonas (Mediterráneo, golfo de Cádiz, Baleares y Canarias) de las que existe un conocimiento bastante completo de sus problemas turístico-infraestructurales a través de estudios monográficos ya realizados.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Se trata de zonas donde la concentración hotelera y extrahotelera es muy acusada. Solamente Baleares cuenta con aproximadamente la cuarta parte del total nacional de alojamientos hoteleros, por ejemplo.
- Esta oferta masiva de alojamientos turísticos responde a una demanda muy elevada y cuyos índices de crecimiento van en constante aumento.
- Por último, gran parte de su atractivo para el turismo está basado en su clima privilegiado con los mayores porcentajes de días de sol al año y con lluvias muy escasas. Ello que es fuente de atracción del turismo, es sin embargo, causa de deficiencias infraestructurales importantes, pues con frecuencia las traídas de aguas han de efectuarse desde puntos lejanos y con costes, por tanto, muy elevados.

Como a pesar de esta previa limitación, los problemas planteados, por la envergadura de los recursos económicos necesarios para solucionarlos, no se podían resolver todos en el próximo cuatrienio, se consultó con las diputaciones provinciales afectadas para que, por éstas, como mejores conocedoras de los problemas locales, se enviasen unos

cuestionarios por municipios y si ello era preciso por núcleos dispersos de cierta entidad dentro de un municipio, en que se valorasen los problemas planteados por las infraestructuras que podríamos llamar sanitarias (abastecimiento de aguas y saneamiento).

Así se hizo por las propias diputaciones una criba, tanto en orden a los Municipios que tuviesen planteado este tipo de problemas, como en cuanto a la valoración de las soluciones, siempre siguiendo el criterio, del interés turístico del núcleo en cuestión.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por tanto, y desde el punto de vista geográfico se impuso el siguiente resultado: el estudio se referiría exclusiva mente a las zonas mencionadas en el decreto 3.787/1970, de 19 de diciembre, y dentro de ellas sólo a los municipios o núcleos de población costeros (por considerar éstos los de mayor afluencia turística) y dentro de éstos los que tuviesen un marcado interés turístico y como consecuencia de ello padeciesen acuciantes problemas infraestructurales.

En este sentido se han manejado las fichas con los datos enviados por las corporaciones locales referentes a la relación existente entre la población residente y la población en mes punta, relación en base a la cual se obtuvo un índice turístico del núcleo en cuestión. Partiendo de estos datos se, han calculado unos precios medios por habitante, tanto en lo que se refiere al abastecimiento como en lo que trata del saneamiento.

A estos resultados se aplicaron los datos también enviados por las corporaciones locales referentes al porcentaje actualmente cubierto de necesidades en materia de abastecimiento y saneamiento. Con ello se obtuvieron los presupuestos de necesidades en cada Municipio (incluyendo los núcleos dispersos). Sumando estos resultados en cada uno de los municipios que según las propias autoridades locales tienen problemas de abastecimiento y saneamiento que cabe imputar de modo directo a la afluencia turística, se han obtenido los totales provinciales, y por agregación de éstos los nacionales.

Una vez obtenidos estos primeros resultados se han hecho diversas comprobaciones basadas en otras estadísticas significativas desde el punto de vista turístico.

Efectivamente, se trata en este estudio de dilucidar, en la medida de lo posible, las necesidades de abastecimiento de aguas y saneamiento en

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

aquellos núcleos turísticos previamente seleccionados, pero en dilucidarlas «desde un punto de vista turístico», es decir, separando, aquellas necesidades que dimanar de la afluencia turística de las que son fruto del normal crecimiento y desarrollo de la población residente. De este modo se compararon estos primeros resultados a nivel provincial con el número de visitantes, así como con el número de plazas en alojamientos hoteleros y extrahoteleros en 1970, por ser estas estadísticas las más recientes de que se disponía.

Para ello se obtuvieron las cifras medias de costes con respecto al número de turistas y al número de plazas en alojamientos turísticos tanto hoteleros como extrahoteleros en base a aquellos primeros resultados arriba mencionados, que, por su orden de magnitud, eran comparables.

En base a estos cálculos, se aceptaron como válidas, las cifras en que la dispersión entre los resultados obtenidos en función de los datos suministrados por las autoridades locales, los resultados obtenidos en función del número de visitantes y los resultados obtenidos en función del número de plazas en alojamientos turísticos, era inferior al 50 por 100.

Por último, y en base a los costes obtenidos en las provincias que se habían considerado previamente fiables, se calcularon los costes de las demás, mediante una ponderación basada en los datos suministrados por las autoridades locales, en el caso de que éstos existiesen.

El coste total de las obras asciende a 15.739 millones de pesetas, distribuidas por agente ejecutor de la siguiente forma:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

	Millones de pesetas
Administración central	3.384
Administración local	6.238
Particulares	6.137
Total	15.739

Para llegar a la distribución propuesta se ha estimado en principio la parte correspondiente a cascos urbanos y a núcleos dispersos en base a los datos suministrados por las corporaciones locales. En estos cálculos se han tenido en cuenta las posibilidades y tendencias de desarrollo turístico durante los últimos años, extrapolando, en caso de ser necesario, los resultados obtenidos.

Cuando no se disponía de datos suficientes enviados por las corporaciones locales, la distribución de los costes entre núcleos urbanos y núcleos dispersos, se hizo en base a un índice turístico calculado en función del número de habitantes residentes y de la población máxima en mes punta en el término municipal, ponderando el resultado así obtenido, con el índice resultante de la comparación de la población residente y la capacidad en alojamientos turísticos.

Como norma general se ha seguido el criterio de considerar que los costes producidos por las obras necesarias para adecuar las infraestructuras de abastecimiento de aguas y saneamiento en cascos urbanos son en su totalidad de carácter público. Efectivamente parece muy difícil a priori, y en base, a los, datos de que se dispone, separar en estos casos los costes públicos de los que pudieran ser de carácter privado.

Por otra parte, es evidente que las corporaciones locales pueden, y de hecho en muchas ocasiones ya lo han venido haciendo, repercutir los

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

gastos sobre los particulares, beneficiarios, en última instancia, de las instad acciones efectuadas.

En cuanto a los núcleos dispersos, por tratarse en general de urbanizaciones privadas, se ha considerado que son los particulares quienes deben hacerse cargo del coste de las obras. Sin embargo, como estas obras tienen evidentemente un carácter público, benefician no sólo a los particulares directamente usuarios de los mismos, sino al conjunto de la población.

Por ello se ha establecido estimativamente unos porcentajes del total de las inversiones que corresponde a las corporaciones locales como más directamente interesadas, por razones de bien común, en la realización de las obras infraestructurales. Así se ha calculado que, en los núcleos dispersos, un 25 por 100 de la inversión corresponde a las corporaciones locales y un 75 por 100 a la iniciativa privada.

Siguiendo los criterios imperantes en la actualidad, de la parte que se, considera como obra pública se ha determinado que el Estado contribuirá con un 25 por 100 y las corporaciones locales con el 75 por 100 restante.

Teniendo en cuenta la limitación de los recursos financieros del sector público, las inversiones públicas a realizar en el período de vigencia del Plan no permitirán atender la totalidad de las necesidades planteadas aunque sí la mayor parte de las mismas, como se desprende de las siguientes cifras que miden la inversión pública a realizar en el cuadrenio 1972-1975 en infraestructuras sanitarias en zonas turísticas litorales:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

	Millones de pesetas
Con cargo a presupuestos del Estado	3.000
Con cargo a corporaciones locales	3.600
Con cargo a organismos autónomos	500
Total	7.100

Con estas inversiones se prestará especial atención a la infraestructura sanitaria de los núcleos costeros del mediterráneo y golfo de Cádiz, Baleares y Canarias.

CONCLUSIONES

Como en la actualidad, y debido al crecimiento del turismo receptivo se han producido ciertos desfases de infraestructura especialmente en los polos de atracción más importantes (zonas costeras mediterráneas, golfo de Cádiz, Canarias y Baleares) es preciso considerar los problemas de abastecimiento de aguas y saneamiento con absoluta prioridad desde el punto de vista turístico.

La solución de estos problemas infraestructurales exige inversiones cuantiosas que muchas veces no están al alcance ni de las Haciendas locales ni de los particulares. De ahí que, siempre desde el punto de vista turístico, se considere conveniente una ayuda económica a las corporaciones locales y a los particulares afectados por las disposiciones

que sobre el abastecimiento de aguas y el saneamiento, se dictan en el decreto 3.7.87/1970, de 19 de diciembre, Sobre requisitos mínimos de infraestructura en alojamientos turísticos, por considerar esta disposición como norma eleva de nuestro ordenamiento jurídico-turística, cuyo fin principal es promover un desarrollo armónico del fenómeno turístico.

4. Los programas del sector público

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El auge notable del turismo durante estos años ha sido atendido desde los planos distintos. Por un lado, gracias al esfuerzo y la tenacidad de la iniciativa privada capaz de absorber una continua demanda de plazas, hasta el punto de que hoy se pueda hablar de una «industria turística» española, de las más rentables y de las que menos sacrificio impone al país. Por otro, la Administración pública ha preparado y cuidado la infraestructura necesaria para asegurar unos desplazamientos masivos sobre el territorio nacional.

En la acción pública, al Ministerio de Información y Turismo le corresponde la acción catalizadora, y de fomento de aquellas actividades a donde todavía, no puede alcanzar la iniciativa privada, bien desarrollándolas por sí, o bien estableciendo los medios que, necesita esta última.

Ante la situación actual del turismo, el Ministerio se ve obligado a acudir a diversos frentes con el fin de impulsar corrientes nuevas (o potenciar las existentes) y generar con ello otras actividades. Tales frentes comprenden acciones de atracción del turismo exterior, agencias de turismo, ayudas a corporaciones locales y a centros de iniciativas turísticas, y a otros organismos, campañas específicas, vacaciones en casas de labranza, enseñanzas turísticas y formación profesional, ordenación turística de embalses y de cotos de caza y pesca, costas y playas, puertos deportivos, estaciones de montaña, palacios de congresos, ciudades turísticas modélicas, «campings» especiales, y el que contempla la ampliación de los paradores nacionales, las ciudades de vacaciones y el plan de fomento de los mesones españoles como complemento e incentivo de la actividad, privada, en uno y otro caso, todo frente al turismo internacional o nacional; el que provee a una formación de mano de obra especializada en técnicas hoteleras y de la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que tan necesitada está la industria española y el atender a las nuevas corrientes de turismo popular expresada por la vacación fin de semana, auténtica necesidad sedante del hombre de las grandes ciudades y ajenas hoy a determinados niveles sociales.

Las características generales de las acciones a realizar quedan por tanto englobadas en esa doble preocupación que los Planes de Desarrollo vienen exponiendo de fomentar el turismo en general, y el social en particular, así como el procurar la mayor rentabilidad posible a las instalaciones hoteleras.

4.1. Acciones de promoción del turismo

Un examen de la panorámica actual del turismo en España y en el mundo, ofrece las características siguientes:

- En cuanto a la demanda, el número de visitantes de nuestro país ha alcanzado, en la actualidad, un volumen importante. Además del objetivo normal de la promoción tendente a lograr nuevos visitantes, el empeño promocional ha de afrontar también de modo fundamental la conservación para nuestro país del volumen de turistas señalado.
- Respecto a la oferta turística, ésta representa ya, en razón a la cifra de la inversión realizada, un capítulo fundamental de nuestra economía. Procede respaldar y sostener la marcha acelerada de este capítulo con una eficaz y creciente labor de promoción de la demanda.
- Si los dos apartados precedentes ofrecen la panorámica española, el examen del mercado turístico internacional señala la aparición de países oferentes, especialmente en el área mediterránea, con motivaciones tales como precios y recursos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

similares a los españoles, y todos ellos, aun los más lejanos, con el gran atractivo de lo nuevo y con un gran alarde promocional.

Consecuencia de todo lo anterior es que el mercado turístico, al presente, es más competitivo y agresivo, lo que requiere que España, a la par que conserva sus estructuras y el atractivo de los precios y mejora el conjunto de los recursos que constituyen la oferta turística, habrá de intensificar razonablemente la promoción de la demanda.

Dentro del marco fundamental de toda promoción consistente en la conservación e incremento del volumen de turistas, se pretende que los turistas vengan:

- a distintos lugares,
- de distintas procedencias,
- en distintas épocas del año,
- dé distintos estamentos,
- con distintos motivos,
- por distintos medios.

Toda ello se resume en dos objetivos: diversificación del riesgo y equilibrio de la economía nacional.

4.1.1. Promoción del turismo exterior

Teniendo en cuenta que se prevé obtener un ingreso por turismo de 9.753 millones de dólares en el cuatrienio, se intensificarán las acciones de atracción del turismo exterior, según los siguientes apartados:

4.1.1.1. *Propaganda, publicidad y relaciones públicas*

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Es preciso dedicar a las campañas de publicidad y relaciones públicas y demás formas de propaganda general, bien a través de los medios tradicionales (anuncios, carteles, folletos, películas, escaparates, contactos personales, etc.), como de los nuevos medios que vayan surgiendo, una atención especial y continuada. En este sentido es conveniente recordar que en el informe final de la Conferencia sobre Turismo y los Viajes Internacionales (documento E/38, 39 E/CONF/47-17, de 26 de septiembre de 1963) se dice en la recomendación 35 que los gastos destinados a propaganda, publicidad y otros medios similares deben oscilar entre un 3 y un 5 por 1.000 de los ingresos en divisas que por el turismo exterior se obtengan.

De acuerdo con las líneas de política turística a seguir y los objetivos a alcanzar, se emplearán todos los medios de difusión, de propaganda turística, campañas de publicidad, relaciones públicas, material impreso y audiovisual, premios y otras formas de propaganda general.

La propaganda turística aprovechará cuantas manifestaciones puedan repercutir en la atracción de visitantes del exterior para promocionarlas especialmente, tales como las exposiciones florales, salones del anticuariado, manifestaciones de arte popular y artesanía, exponentes de la arquitectura regional, los parques nacionales determinados por el Ministerio de Agricultura, coordinando su labor con el desarrollo de amplias motivaciones derivadas de la oferta de puertos deportivos, estaciones invernales, caza y pesca y golf, balnearios, de acuerdo con los objetivos señalados y con dedicación particular al turismo de jubilados, así como a la divulgación de las rutas turísticas nacionales.

4.1.1.2. *Exposiciones y congresos*

La experiencia de las exposiciones celebradas en el exterior, y fundamentalmente las «expotures», imponen la conveniencia de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

renovar su concepto y presentación para hacerlas más incisivas; por otro lado, la existencia en España de modernas instalaciones de congresos y convenciones exigen la utilización al máximo de las mismas. Ello justifica dedicar una preferente atención a la concurrencia a ferias, no sólo internacionales, sino también nacionales, así como al montaje de certámenes y exposiciones de recursos turísticos, y también a la promoción de España como sede de congresos, convenciones, simposios, salones monográficos y manifestaciones similares; asimismo, al fomento y divulgación, a través de muestras comerciales y exponentes análogos y de una acción coordinada con los diversos organismos y departamentos, de los productos y servicios no específicamente turísticos, tales como artesanía, libros, moda y cualquier otro que pueda ser atractivo al visitante extranjero.

4.1.1.3. *Ayudas a entidades locales*

Junto a la acción que corresponde a la Administración central, y que tiende a cubrir grandes zonas o sectores del ámbito nacional o motivaciones que afecten a toda la nación, corresponde también a las corporaciones locales la propaganda turística en las áreas de su jurisdicción. Por ello se seguirá prestando ayuda a tales corporaciones, de carácter local o provincial, manteniendo, no obstante, adecuada coordinación con los órganos centrales, a cuyo fin se potenciarán las comisiones provinciales de turismo, información y educación popular.

Los centros de iniciativas turísticas, entidades privadas sin fin lucrativo, cuya actividad se centra en la atracción de forasteros, constituyen valiosos órganos colaboradores de la Administración, por lo que serán potenciados.

Se ayudará igualmente a toda clase de entidades provinciales o regionales que realicen estudios de carácter turístico con fines de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

promoción, siempre que las directrices a que se ajusten dichos estudios estén aprobadas previamente por el Departamento.

4.1.1.4. Ayuda técnica al exterior

Se continuará la ayuda técnica al exterior a través de organismos internacionales especializados en turismo y mediante acuerdos intergubernamentales que puedan establecerse.

4.1.2. Promoción del turismo interior

Además de las acciones anteriormente señaladas, que en parte inciden sobre la promoción del turismo interior, se realizarán en el próximo cuatrienio las siguientes:

4.1.2.1. Campañas específicas

Se continuará la promoción del turismo juvenil, del de los trabajadores del campo y los empleados en los sectores industrial y de servicios a través de los teleclubs, planteles de extensión agraria, grupos de empresas, casas regionales y otras instituciones. Esta labor promotora alcanzará también a los soldados de los ejércitos de tierra, mar y aire. Tales actuaciones de promoción que se conocen bajo los nombres «Conozca usted España», «Conozca usted el mar», «Promoción histórico-turística y cultural del soldado» y «Promoción turística de las escuelas primarias», se realizan mediante estímulos o ayudas técnicas y económicas en organización, propaganda y subvenciones para viajes y alojamientos, en algunos casos, mediante una selección previa que implica el cumplimiento de determinados requisitos mínimos.

4.1.2.2. Ayudas a particulares y entidades

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Se continuará la campaña de «Vacaciones en casas de labranza», que se extenderá a «Casas de pescadores», cubriéndose de esta manera los siguientes objetivos:

- Fomentar el turismo interior mediante el disfrute de la naturaleza en épocas de vacaciones.
- Promocionar aquellas zonas que poseen atractivos singulares y SUS pueblos o localidades carecen de los elementos adecuados para su desarrollo turístico, sin que, por otra parte, su economía agrícola tenga una marcha floreciente.
- Procurar el mayor número posible de alojamientos pulcros y con los servicios sanitarios correspondientes, en las mismas casas de labor, para que puedan ser utilizadas en un ambiente acogedor y familiar.
- Proporcionar al medio rural la posibilidad de un complemento económico a la explotación agraria, mediante los ingresos del alquiler de algunas habitaciones y la prestación, en su caso, de servicios de cocina y comedor; brindando, al propio tiempo, la oportunidad de disfrutar del campo y de sus bellezas y atractivos a las personas cuya vida se desenvuelve en las ciudades industriales y en las grandes urbes.

Para facilitar el disfrute de vacaciones a las personas con limitada capacidad económica, se seguirá estimulando la creación de ciudades de vacaciones y residencias familiares, de gran capacidad, que complementen los alojamientos hoteleros y los centros de índole similar que tienen establecidos la Organización Sindical, corporación es locales, algunos organismos y diversas entidades o empresas privadas sin fines de lucro.

4.2. Alojamientos turísticos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

4.2.1. Paradores nacionales

El hecho de que diversos paradores nacionales (bien por el aprovechamiento que se hizo de edificios históricos o por otras razones) posean un número reducidísimo de plazas, provoca una mínima rentabilidad, aun con alto o total grado de ocupación. Este latente problema ha de ser afrontado mediante, las ampliaciones necesarias que permitan alcanzar un mínimo de plazas, condición, necesaria para alcanzar un rendimiento económico normal. Con ello se produciría una potenciación de la red actual de paradores, red necesitada de ampliación en aquellas zonas o puntos geográficos donde todavía no llega el esfuerzo de la iniciativa privada y en donde los paradores cumplirán el papel de focos de atracción de nuevas corrientes turísticas.

La ampliación de los, paradores de la red actual de ATE, que afectará a 52 establecimientos, se llevará a cabo para dotarlos de una capacidad suficiente, con aumento de 3.700 plazas.

Asimismo, se construirán 32 paradores nuevos, con una capacidad de 3.600 plazas.

El conjunto la ampliaciones y nuevas construcciones dará un incremento de capacidad a la red de ATE de 7.300 plazas, y creará una demanda de 3.500 puestos de trabajo. Con las 3.908 plazas actuales, ATE contará con 11.208 y con más de 5.000 puestos de trabajo.

4.2.2. Ciudades modélicas

Se pretende que mediante un proyecto de programación, planificación y lanzamiento por el Ministerio de Información y Turismo la iniciativa privada construya dos ciudades turísticas modélicas que, con una concepción futurible de la urbanización y arquitectura del conjunto,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

aseguren un puesto de vanguardia mundial a las realizaciones turísticas españolas.

4.2.3. Ciudades y residencias de vacaciones

El concepto de vacaciones, que comporta un significado de desplazamiento del lugar habitual de residencia, duración, época estival (que se ampliará al sumergirnos cada vez más en la economía del ocio), descanso, contacto con la naturaleza, diversión, nuevos conocimientos, desarrollo de aficiones, ampliación del círculo de amistades, etc., ha de impregnar la construcción de ciudades de vacaciones para fomentar a coste asequible el turismo interior, que permita residir durante las vacaciones en lugares apropiados con los necesarios servicios comunes, centros asistenciales, recreativos y culturales.

Con la idea fundamental de ofrecer el adecuado alojamiento al turismo interior de carácter popular, se construirá por la Organización Sindical, una ciudad sindical en Punta Umbría y nueve residencias "de nueva planta; asimismo se ampliarán y mejorarán dos ciudades sindicales y veinticinco residencias ya existentes.

4.2.4. «Caravaning»

Teniendo en cuenta que el «camping» ha experimentado un notable aumento en los últimos años, y especialmente el «camping» selectivo de caravanas, se pretende crear una red nacional de «campings» especiales para «caravaning» («roulottes»), para aquellos turistas que con sus coches y caravanas vienen a recorrer nuestra geografía.

4.2.5. Burgos turísticos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El turismo, como bien económico de orden superior, ha de promocionar objetivos de carácter social que, mediante el descenso de costes, permita; el acceso a los perceptores de rentas más bajas a la economía del tiempo libre, empleando su tiempo en contactos con la naturaleza, con la elevación del bienestar físico y psíquico que ello comporta a los habitantes de las grandes concentraciones urbanas.

Se ha de promocionar, por tanto, un tipo de albergues, que serán denominados burgos turísticos, de construcción adaptada al paisaje, de la mayor simplicidad posible y bajo mantenimiento que permitan su disfrute en toda la gama climatológica del año, a unas distancias realizables en fin de semana y vacaciones cortas en lugares de fácil acceso, y para que todos los españoles de las grandes ciudades puedan emplear su tiempo libre con desplazamiento de la residencia habitual a costes asequibles, que no signifiquen, en ningún caso, precios políticos.

La red de burgos turísticos constará de 30 burgos, con 20.160 plazas y 600 puestos de trabajo para su mantenimiento mínimo.

4.3. Otras actuaciones

4.3.1. Enseñanzas turísticas

Para atender a la formación del importante volumen de personas que han de incorporarse a la industria turística en el cuatrienio 1972-1975, independientemente de la formación práctica, directamente adquirida en las diversas clases de empresas y actividades turísticas privadas, será preciso:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Potenciar los centros no oficiales que imparten enseñanzas profesionales turísticas y hoteleras.
- Impulsar la formación que se realiza en las escuelas de hostelería que pertenecen al sector público.
- Intensificar los cursos de formación profesional acelerada de adultos.
- Aprovechar las oportunidades que para la realización de prácticas profesionales ofrecen los establecimientos turísticos del Estado que ya existen o que han de crearse en el cuatrienio.

4.3.2. Agencias de turismo

Se crearán agencias de turismo en el extranjero, especialmente en países que tienen una gran fuerza emisora y en los que todavía, no han sido debidamente promocionadas las posibilidades turísticas españolas, tales como Canadá, Sudáfrica, Japón, Brasil y Australia. Estas agencias permitirán diversificar nuestra captación de demanda, al dar a los turistas potenciales la información suficiente para la mayor efectividad de la labor de captación.

Igualmente se ampliará y mejorará la red de servicios turísticos en España.

4.3.3. Mesones Españoles

A lo largo de las principales carreteras españolas, especialmente en las radiales y en las periféricas del Norte y Mediterráneo, conviene fomentar la aparición de un tipo de restaurante típico español que llevará el nombre de «Mesón español». Con ello se pretende ofrecer, a precios normalizados, una ambientación y una cocina típica de la zona, así como un trato íntimo, expresión de nuestras auténticas realidades humanas y, al mismo tiempo, desarrollar un tipo hotelero, ya existente en

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

muchos países europeos, caracterizado por su raigambre familiar y, en cierto sentido, artesano.

Los mesones serán construidos y explotados, en su gran mayoría, por la iniciativa privada aunque algunos lo serán por ATE. En cualquier caso ATE orientará a la iniciativa privada en, lo que se refiere a ambientación y gastronomía, ya que se pretende promocionar unos tipos de menús caseros, a precios normalizados adaptados a la típica cocina regional.

En total se tiene prevista la instalación de 70 mesones con 35.000 plazas de comedor y unos 3.000 puestos de trabajo.

4.3.4. Termas

En lo que respecta a las estaciones termales actualmente existentes en España, el Ministerio de información y Turismo se propone ayudar para la reforma y modernización de algunas de ellas, situadas en zonas turísticas en las inmediaciones de las grandes arterias de comunicación, facilitando la dotación de atractivos complementarios que promocionen dichos centros termales.

4.3.5. Acciones sobre el medio rural

El Ministerio de Agricultura se propone la realización de intensas campañas tendentes a la conservación de parques naturales, zonas verdes y zonas de esparcimiento en el entorno de las grandes ciudades. Igualmente dicho Ministerio se propone la adecuación de 300.000 hectáreas de zonas de montaña para su utilización recreativa.

Para que sea posible la práctica de los deportes acuáticos a los habitantes del interior, alejados de nuestras costas, y se aprovechen las

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

posibilidades turísticas de los embalses por todos los españoles se realizará, por los Ministerios de Información y Turismo y de Obras Públicas un plan general de ordenación de campings, otros alojamientos e instalaciones de mesones, con fines turísticos.

También y para fomentar el turismo de motivaciones deportivas de caza y pesca fluvial se procederá al acondicionamiento de cotos, dotándolos de los alojamientos e industrias complementarias que sean necesarios, para dichas prácticas deportivas que, además de atraer al turismo interior pueden influir en la captación de turismo exterior de alta capacidad de gasto.

4.3.6. Ordenación de costas y playas

Las extraordinarias condiciones naturales que reúnen nuestras costas y playas han sido uno de los acicates principales de las corrientes turísticas que acuden, a España. La masiva utilización de las mismas exige su adecuada ordenación y el establecimiento de unos servicios básicos de que serán dotadas en la medida en que lo permitan los recursos disponibles.

4.3.7. Puertos deportivos

Para evitar los entorpecimientos derivados del uso de los muelles comerciales por las embarcaciones de recreo que están en constante proliferación, se hace preciso desviar el correspondiente tráfico marítimo hacia otros puertos especialmente deportivos y que ofrezcan, por tanto, una mayor seguridad, servicios y alicientes adecuados a este tipo de embarcaciones por estar especialmente diseñados para ese tráfico. Se prevé la creación de 13.500 nuevos puestos de atraque en puertos deportivos cuya construcción correrá a cargo de la iniciativa privada con la correspondiente ayuda oficial si se considera necesario.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

4.3.8. Estaciones de montaña

Para atraer turismo invernal, que amplíe la desestacionalización de la demanda atraído por los deportes de nieve y por el montañismo, practicable en todo tiempo, y que España puede ofrecer, por las naturales condiciones orográficas, es necesario un conjunto de infraestructuras, especialmente accesos, y de instalaciones de medios mecánicos de remonte que permitan la entrada a pistas deportivas y a lugares donde practicar el montañismo. La acción del Estado, en su doble vertiente de realización de obras de infraestructura y de prestación de ayudas a la iniciativa privada, se centrará principalmente en los Pirineos, Sierra de Guadarrama y Sierra Nevada, zonas en las que está prevista la creación de 40.000 plazas de alojamientos en el cuadrenio.

4.3.9. Infraestructuras sanitarias en zonas turísticas

El Ministerio de Obras Públicas llevará a la práctica un plan de abastecimiento y de saneamiento de aguas residuales en el litoral mediterráneo —especialmente en la Costa Brava y costas de Alicante y Málaga—, y golfo de Cádiz, Baleares y Canarias.

4.4. Programa de inversiones públicas

La inversión pública para el sector Turismo asciende a 6.583,8 millones de pesetas en el cuadrenio 1972-1975, cuya distribución se recoge en la Tabla IV.1. Afectan también a dicho sector algunas actuaciones que se recogen en otros sectores del PIP y cuyos conceptos e importe son:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Concepto	Sector del PIP donde se recoge	Importe total (Millones de pesetas)
Ciudades sindicales y residencias de Educación y Descanso	1. Educación y Cultura	2.200,0
Infraestructuras sanitarias en zonas turísticas litorales	5. Estructuras y servicios urbanos.	7.100,0
Mejora del medio rural y defensa de la naturaleza	6. Agricultura pesca y regadíos	6.250,0

TABLA IV.1

PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS

(1972-1975)

Conceptos	Con cargo a presupuestos del Estado	Organismos autónomos	Corporaciones locales	Financiación exterior	Total
Promoción del turismo	2.258,3				2.258,3
Alojamientos turísticos, hoteles-escuelas y otras inversiones	4.325,0				4.325,0
Total	6.583,3				6.583,3

4.5. Resumen de los objetivos y actuaciones

- Los ingresos por turismo habrán de crecer, con base en el año 1970, a una tasa anual y acumulativa del 11 por 100.
- En el año, 1975 se obtendrán algo más de 2.800 millones de dólares en concepto de ingresos por turismo.
- En el cuatrienio 1972-1975 el turismo aportará a la Economía Nacional más de 9.750 millones de dólares.
- El número de visitantes procedentes del extranjero crecerá, con base en 1970, a una tasa anual acumulativa del 10 por 100.
- En el año 1975 visitarán España cerca de 39 millones de personas.
- En el período de vigencia del III Plan de Desarrollo visitarán España algo más de 135 millones de personas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- En 1975 los desplazamientos debidos al turismo interior alcanzarán a más de 24 millones.
- En el cuatrienio 1972-1975 el sector privado habrá de crear, para atender la demanda prevista, 265.601 plazas hoteleras (desde hoteles de cinco estrellas hasta hostales de una estrella).
- La iniciativa. privada tendrá que construir 385.556 plazas en otros tipos de alojamientos turísticos (fondas, casas de huéspedes, apartamentos y acampamentos).
- El Estado creará en el cuatrienio 67.460 plazas en alojamientos turísticos (burgos, moteles, paradores y ciudades de vacaciones).
- Será necesario también construir en el cuatrienio 27.904 establecimientos de industrias turísticas auxiliares y complementarias (agencias de viajes, restaurantes, cafés, bares, tabernas, cafeterías y salas de fiesta).
- Se intensificarán las acciones de ordenación de costas y playas.
- Se crearán 13.500 nuevos puestos de atraque en puertos deportivos.
- Se crearán 40.000 nuevas plazas de alojamientos en las estaciones de montaña.
- Se construirán 17 nuevos campos de golf.
- Se intensificarán las acciones encaminadas a la ordenación turística de embalses, cotos de caza y pesca y del medio ambiente rural.
- Se ayudará a la modernización de los establecimientos termales que se encuentran en rutas o áreas turísticas importantes o que conviene promocionar.
- Se crearán cerca de 300.000 puestos de trabajo en la industria turística y en sus servicios complementarios.
- Se intensificarán al máximo las acciones de atracción del turismo exterior, a través de una gran propaganda, publicidad, exposiciones, relaciones públicas, etcétera.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Se fomentará toda clase de concursos, reuniones internacionales, congresos, convenciones, seminarios técnicos, etcétera.
- Se incrementará la ayuda a las Agencias de Información y Turismo en el exterior y a los Centros de Iniciativas Turísticas del Interior.
- Se apoyará a las entidades de promociones turísticas regionales o provinciales que, de acuerdo con las corporaciones locales, estudien nuevos proyectos de ordenación turística.
- Se continuarán realizando las campañas específicas de turismo tituladas: «Conozca usted España», «Conozca usted su provincia», «Promoción histórico-turística-cultural del soldado», «Promoción turística del estudiante» y «Conozca usted el mar».
- Se construirán 30 burgos turísticos en los alrededores de los grandes núcleos urbanos y en determinadas zonas turísticas, con la finalidad de facilitar el turismo popular de fines de semana y vacaciones cortas.
- Se continuará la campaña «Vacaciones en casas de labranza y pueblos de pescadores» para el mayor disfrute de la naturaleza en la época estival.
- Se construirán 32 nuevos paradores y se reformarán y ampliarán otros 52 de la red de ATE.
- Se edificarán hoteles-escuela, con la doble finalidad de la práctica profesional hotelera y la ampliación de la red de establecimientos de dos estrellas.
- Continuarán las acciones de ayuda a las enseñanzas turísticas y hoteleras que se imparten en centros privados y oficiales; igualmente se intensificarán las ayudas para la formación profesional acelerada de adultos.
- Se programarán, planificarán y promocionarán dos ciudades turísticas modélicas de nueva planta.
- Se construirá una ciudad sindical en Punta Umbría y nueve residencias de nueva planta; asimismo se ampliarán y mejorarán dos ciudades sindicales y veinticinco residencias ya existentes.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Se construirá una red de campamentos turísticos especiales dedicados exclusivamente al turismo de «caravaning».
- Se creará una cadena de mesones españoles que ofrezcan los platos característicos de la gastronomía regional.
- Se ejecutará el plan de infraestructuras sanitarias en las zonas turísticas de la Costa Brava, costas de Alicante y Málaga, Golfo de Cádiz, Baleares y Canarias.

5. Prensa y agencias informativas

5.1. Prensa diaria

El sector prensa tiene que enfrentarse a los problemas que pueden considerarse normales en todo tipo de actividad económica y aquellos propios de las específicas características de la prensa.

Igualmente, debe observarse que los matices políticos, sociales y culturales que envuelven a simple actividad económica de producción de un producto llamado «periódico» dificultan e incluso imposibilitan tratar al sector con criterios estrictamente económicos. Hay que destacar el carácter singular de la empresa periodística cuyo fin principal, en la mayoría de los casos, es ideológico y no la obtención de un beneficio que caracteriza a la empresa mercantil. Por tanto, la programación del desarrollo del sector tiene muy en cuenta la influencia psicológica, política y social que este medio de comunicación tiene en la formación general del individuo y de la mentalidad de la colectividad nacional.

Los factores que están impidiendo un mayor perfeccionamiento de la empresa periodística, así como una más amplia difusión de la prensa española, tanto dentro de nuestras fronteras como en el exterior, pueden resumirse en los siguientes:

- Desequilibrio entre el precio de venta del periódico y coste del papel.
- Las tarifas de utilización de medios técnicos de retransmisión de noticias son elevadas y los servicios informativos insuficientes.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Imperfección de los canales existentes de distribución, elevado coste de los mismos y ausencia de un sistema que haga más posible la presencia de la prensa española en el extranjero.
- El número existente de empresas periodísticas que, en la mayoría de los casos, tienen un ámbito exclusivamente local, el volumen de las tiradas y el defectuoso equipamiento traen como consecuencia una insuficiente rentabilidad y la dificultad para obtener medios ágiles de financiamiento que permitan su modernización.

Para abordar en profundidad la resolución de los problemas someramente enumerados en los párrafos anteriores se considera conveniente la realización de un conjunto de estudios económicos que permitan llegar a un profundo conocimiento objetivo de la realidad sectorial, definan claramente en extensión y profundidad los problemas económicos del sector y propongan las actuaciones necesarias y posibles para su resolución. Los estudios que sería conveniente realizar en el período de vigencia de este III Plan de Desarrollo son los siguientes:

1. Estudio del coste de elaboración de la prensa, en todas sus fases (obtención de la información, abastecimiento de papel prensa y demás materias primas, confección del periódico, impresión del mismo, distribución y difusión de la prensa en España y en el extranjero y obtención de la publicidad).
2. Estudios sobre financiación de la prensa (obtención de recursos financieros normales, obtención de recursos financieros especiales y obtención de créditos oficiales).
3. Estudio sobre la reestructuración del sector prensa (como actividad de carácter muy cualificado en las necesidades de la Nación y como actividad social, también muy cualificada, en el orden cultural y político).

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

4. Estudio sobre la modernización de la empresa periodística (de su utillaje, maquinaria e instalaciones; de su organización como empresa y como servicio al individuo, a la sociedad y al Estado; como medio publicitario; como portavoz de la Nación ante el extranjero).

Estos estudios serán efectuados por la Organización Sindical. Su financiación correría a cargo de iba misma y de las propias empresas periodísticas afectadas, sin perjuicio de que el Ministerio de Información y Turismo pueda conceder una cierta subvención dado que el interés del estudio rebasa el ámbito de los intereses privados y del de los organismos sindical es.

No obstante, la urgencia de alguno de los problemas planteados — aunque no del todo conocidos— exige adoptar las medidas de apoyo a la impresión en este sector.

5.2. Prensa no diaria

Las empresas editoras de revistas pueden ser clasificadas en tres grandes grupos:

- las editoras de revistas que, a su vez, lo son de diarios,
- las editoras de revistas ligadas financieramente a una empresa de artes gráficas o a una empresa periodística editora de diarios, y
- las editoras de revistas que imprimen sus publicaciones en talleres de empresas editoras de diarios o de empresas de artes gráficas.

Esta clasificación pone de manifiesto la estrecha relación, económica y técnica, existente en la mayoría de los casos entre las empresas editoras de revistas y las de periódicos y arte gráficas; relación que en la práctica dificulta la programación aislada de este subsector.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La prensa no diaria tiene, en principio, parecidos problemas técnicos que la diaria, por lo que se refiere a materias primas, tiradas, distribución y difusión. Junto a esos problemas comunes a toda la prensa, diaria y no, diaria, el sector de revistas se enfrenta a los siguientes problemas específicos:

1. La calidad de la producción nacional de papel para este tipo de publicaciones no es comparable a la del papel utilizado por las revistas extranjeras. El papel nacional satinado para revistas es de calidad suficiente para las de más baja calidad o de calidad media, pero no es aceptable para las que pretenden tener categoría internacional. En cualquier caso su precio es excesivo. Es conveniente la sustitución del papel satinado por el estucado en máquina que es ya imprescindible para la impresión en color y del que no existe fabricación nacional. Parece, por tanto, previsible que todo el papel para impresión en color habrá de ser importado, así como gran parte del satinado, a pesar de los impuestos que actualmente gravan tales importaciones.
2. Los convenios suscritos con la UNESCO originan una gran competencia de las revistas extranjeras en el mercado nacional. Tales revistas suelen gozar en sus países de origen de fuertes estímulos a la exportación consistentes en primas a la exportación, exoneración de cargas tributarias en el papel, descuentos en las tarifas postales.

En general, la exportación de revistas se realiza por razones de prestigio, tanto para la editorial que la realiza, como para la nación cuyas publicaciones se venden en el extranjero. Es esta la razón básica, por la cual los Gobiernos apoyan, de manera especial, la exportación de sus publicaciones, concediendo las ventajas anteriormente señaladas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Para solucionar los problemas señalados y conseguir en consecuencia unas empresas económicas más viables y una activa presencia de las revistas españolas en los mercados extranjeros, se arbitrarán las medidas necesarias de fomento a la exportación, y para conseguir precios asequibles al público y suficientemente remunerados para las empresas, se procurará disminuir el coste del papel.

5.3. Las principales acciones del sector público

Para ayudar a la financiación de la inversión necesaria para la modernización del equipo e instalaciones de las empresas del sector, se podrá recurrir al crédito oficial a través del Banco de Crédito Industrial.

Igualmente para ayudar a la reestructuración del sector, a la modernización del equipo e instalaciones de las empresas y a la mejor distribución de la prensa en el país y en el extranjero, el Ministerio de Información y Turismo podrá conceder subvenciones y préstamos reintegrables sin interés.

5.4. Agencias informativas

Las agencias informativas son «empresas constituidas por personas naturales o jurídicas para dedicarse expresamente en forma habitual a proporcionar noticias, colaboraciones, fotografías y cualesquiera otros elementos informativos...», según se define en el artículo 1º de decreto 742/1966, de 31 de marzo, y son agencias de información general «las que dotadas de medios técnicos propios de transmisión instantánea a destinatarios múltiples proporcionan noticias, informaciones y crónicas de actualidad inmediata de interés general, obtenidas a través de una red

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de delegaciones, corresponsalías o servicios propios en el territorio nacional y, en su caso, de sus corresponsales en el extranjero...», según señala el artículo 3º del citado decreté, que en el 2º las clasifica en «Información General, Información Gráfica, de Colaboraciones y Mixtas».

El sector de agencias considerado en conjunto es de carácter mixto ya que distribuye información general, gráfica, colaboraciones, artículos, crónicas, reportajes literarios, científicos, de arte, etcétera.

Para el desenvolvimiento eficaz de la actividad que estas agencias realizan será necesario emprender en el III Plan de Desarrollo las siguientes actuaciones, entre otras:

- Ampliar e instalar equipos de transmisiones y aparatos receptores (teletipos, telex, radioteletipos, telefotógrafos y otros), con una inversión anual del orden de los 100 millones de pesetas.
- Acudir al crédito oficial para financiar en parte la ampliación de instalaciones y nuevos locales y creación de delegaciones en el territorio nacional y oficinas de corresponsales en el extranjero.

La Agencia EFE, que desarrolla sus actividades desde hace treinta y dos años, inició su acción exterior en enero de 1966. Creó delegaciones en Europa y América y viene transmitiendo a los medios periodísticos hispanoamericanos, junto a la información española, un servicio Internacional de noticias. Amplió y reforzó ese dispositivo exterior en 1970 montando un servicio para Europa, por vez primera en la historia del periodismo español, en lengua francesa, que se distribuye ya en Bélgica, Holanda y Austria, pasando desde este último país a otras agencias de la Europa Oriental, así como un servicio reducido en inglés para Alemania. De esta forma, la Agencia EFE no sólo es vehículo, proyector de la noticia española e hispanoamericana por el inundo,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

sino también receptor y distribuidor de la noticia universal, en gran parte españolizada, para el mercado español.

La Agencia EFE ha iniciado también una colaboración con Televisión Española para la producción y distribución de noticias filmadas y grabadas (Radio Nacional de España), entre España e Hispanoamérica, de forma que se llega a atender eficientemente ese campo tan amplio e importante de la información para los medios audiovisuales. La organización de EFE en el extranjero sirve de base para esa nueva actividad que ya está dando buenos frutos. Por la importancia de la Agenda EFE en el exterior, y su extensión también en el interior, se le concedió la distribución en exclusiva en todo el territorio nacional de las noticias procedentes de agencias y otros órganos informativos extranjeros, de acuerdo con lo que preveía la vigente ley de Prensa e Imprenta.

Para afianzar la acción exterior de la Agencia EFE será necesario realizar las siguientes acciones:

- Las indicadas sobre las agencias informativas en general.
- Mantener las oficinas y corresponsalías de que EFE dispone en el extranjero y ampliar esa organización y la red de comunicaciones, para aumentar así el número de clientes hispanoamericanos y europeos.
- Realizar inversiones en equipos específicamente necesarios para las actividades de la Agencia EFE en el campo de las comunicaciones y los sistemas de transmisión y manipulación de los servicios informativos.

Para la acción exterior de la Agencia EFE y teniendo en cuenta las ampliaciones aconsejables, el volumen de inversiones a financiar con subvenciones procedentes del presupuesto general del Ministerio de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Información y Turismo, dentro del programa de inversiones públicas, asciende a 340 millones de pesetas en el cuatrienio.

6. Televisión

6.1. Objetivos

La constante evolución de la televisión, la necesaria renovación de equipos e instalaciones y la aparición de nuevas técnicas, así como el progresivo desarrollo de estos medios hacen aconsejable la adopción, con tina realista visión del futuro, de una serie de objetivos que, son los siguientes:

- Extensión de la primera cadena, mediante la correspondiente ampliación de la red actual de emisoras, enlaces y reemisores, hasta alcanzar una cobertura real, según las condiciones marcadas por los organismos técnicos internacionales, de un 90 por 100 de la población española.
- Extensión de la segunda cadena, mediante la ampliación de la red actual, mata alcanzar una cobertura real del 70 por 100 de la población española, a fin de que potencialmente el segundo programa de Televisión Española resulte, bajo todos los conceptos, competitivo del primero.
- Renovación de la red actual tanto en lo que respecta a mejoras sustanciales en la infraestructura como a la sustitución de aquellos equipos que hayan superado los previstos plazos de amortización.
- Renovación de los medios técnicos de producción de programas en blanco y negro, con la sustitución de aquellos equipos que hayan cumplido, asimismo, los plazos previstos de amortización, mantenimiento y ampliado, incluso, las posibilidades actuales de producción.
- Ampliación con nuevos estudios, unidades móviles y, en general, con todo el material y equipos necesarios, de las actuales posibilidades de producción de programas, teniendo en cuenta, que aunque España no haya tomado una decisión definitiva respecto a la adopción de determinado sistema de televisión en

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

color, Televisión Española debe tener prevista a corto plazo su implantación y, al mismo tiempo hacer frente, desde ahora, a las necesidades de programas en color para los intercambios internacionales.

6.2. Programas del sector público

La imprescindible expansión de la red de Televisión Española, renovación de un gran número de instalaciones actuales, cuyo estado de funcionamiento, por su largo tiempo de servicio, resulta en extremo precario y otras circunstancias han aconsejado la elaboración de un plan general que permita esta renovación y puesta al día de las instalaciones existentes y su adecuación a las necesidades previstas en orden al establecimiento de nuevos programas e implantación de nuevas técnicas (televisión en color), según el siguiente calendario:

Año 1972

Emisoras del primer programa:

Peña de Francia (Salamanca), Monte Meda (Orense), Peña Cabarga (Santander), Matadeón (León), La Musara (Tarragona).

Emisoras del segundo programa:

Monte Meda (Orense), La Bailadora, (La, Coruña.), Lagar de la Cruz (Córdoba), Gamoniteiro (Asturias), Peña Cebarga (Santander), Villadiego (Burgos), Desierto (Castellón), Matadeón, (León), La Musara (Tarragona) y Alpícat (Lérida).

Enlaces hertzianos:

Madrid-Buitrago, Santiago-La Bailadora, Sollube-Peña, Cabarga, Santiago-Domayo, Barcelona-Francia (nueva vía), ampliación de vías

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

en los enlaces Valencia-Barcelona, Villajimena-Matadeón y triplicación del enlace Madrid-Bilbao y duplicación Guadalcanal-Valencia.

Reemisores:

Setenta y dos reemisores de VHF y cincuenta y nueve reemisores de UHF.

Renovación de la red:

Se completará la renovación de la Red en las zonas de Galicia y Canarias y se atenderá a la renovación, de la red de las zonas con cabecera en Oviedo y en Barcelona. Dicha renovación, consistirá en diversas Mejoras en las infraestructuras, en la sustitución de los reemisores que tengan más de ocho años de existencia y en la duplicación, con conmutación automática, de los reemisores de potencia superior a los 10 Kilovatios.

Centros y medios de producción:

En este orden de cosas se completará la dotación de los dos nuevos estudios de Prado del Rey, que quedarán equipados para producir programas en color, se adquirirá una nueva unidad móvil, también preparada para retransmisión de programas en color, se reequiparán las dos unidades móviles PYE de Barcelona con tres cadenas de cámara cada una para blanco y negro. Asimismo, se reequipará con cuatro cadenas de cámara para blanco y negro el estudio número 4 de Prado del Rey.

Con el material recuperado de los Estudios Broston se completará la dotación de los estudios actuales de Prado del Rey y se reequipará una unidad móvil más.

En el Centro de Producción de Prado del Rey se iniciará la primera fase de la construcción de un taller-laboratorio, para la red, y de un garaje y taller de reparaciones de unidades móviles, lo cual absorberá una gran cantidad de equipos de medida. Asimismo, se ampliará el actual

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

laboratorio de revelado y se adquirirá material diverso para los Servicios Informativos, especialmente material para filmaciones.

Con objeto de hacer frente al incremento de la producción y a la descentralización que supone el traslado de los Servicios Informativos, al edificio de la Casa de la Radio, se adquirirán los nuevos telecines y los nuevos magnetoscopios, también aptos para televisión en color.

En Barcelona se reestructurarán los medios técnicos de producción, lo que supondrá reequipar los Estudios de Hospitalet con cuatro cadenas de cámara para televisión en blanco y negro y material diverso para los controles de realización y de sonido.

Está prevista también en esta anualidad la implantación de un centro regional de Televisión Española, en la provincia de El Sahara, de las mismas características de los instalados en 1971 en la península.

Año 1973

Emisoras del primer programa:

Sierra de Páramo (Lugo), Monte Yerga (Logroño), La Higa (Navarra) y San León (Álava).

Emisoras del segundo programa:

La Mancha (Ciudad Real), Almadén (Jaén), Parapanda (Granada), Santiago de Compostela (La Coruña), Redondel (León), Monte Caro (Tarragona) y Guadalcanal (Sevilla).

Enlaces hertzianos:

Enlace doble La Muela-Sollube, enlace doble Monte Yerga-La, Higa, duplicación del enlace Quintanar-La Mancha, duplicación del enlace Parapanda-Sierra de Almadén y enlace doble Cea-Sierra de Páramo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Reemisores:

Reemisores de VHF, a determinar según las necesidades en orden a completar la cobertura de las emisoras ya instaladas, por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Reemisores de UHF, correspondientes al plan nacional de extensión de la segunda cadena, a determinar en función de las emisoras instaladas y por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Renovación de la red:

Se atenderá con carácter preferente a la renovación de la red en las zonas con cabecera en San Sebastián y Valencia. Dicha renovación consistirá en diversas mejoras en la infraestructura, en la sustitución de los reemisores que tengan más de ocho años de existencia y en la duplicación, con conmutación automática, de los reemisores de potencia superior a los 10 Kilovatios.

En cuanto a la renovación de la red de enlaces se atenderá a la sustitución de los viejos equipos a válvulas por enlaces transistorizados, dando carácter preferente a la sustitución de la vía 3 del enlace Madrid-Barcelona.

Al margen de este programa, se dará carácter especial y preferente a la dotación de una nueva infraestructura al Centro Emisor de Navacerrada, corriendo la primera fase a cargo de la anualidad de 1973.

En cuanto a la sustitución y duplicación de los transmisores actualmente en servicio, se establecerá un plan a iniciar dentro de esta anualidad, empezando con los centros que emitan en banda I, con excepción de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Navacerrada que ya tiene equipo doble, empezando por las emisoras de Tibidabo, Sollube y Altana.

Centros y medios de producción:

Se prevé, dentro de 1973, la iniciación de la primera fase de los nuevos estudios de Barcelona. En el caso de que hubiera que buscar una alternativa a dicho proyecto con objeto de asegurar con carácter inmediato la producción de programas requerida en 1973, se iniciará el proyecto ya preparado para la construcción de otros dos nuevos estudios, equipados para producir en color en Prado del Rey.

También está prevista dentro de esta anualidad la implantación de un nuevo centro regional de televisión.

Se prevé, asimismo, la continuación de las obras iniciadas en la anualidad anterior para dotar de nuevos servicios al Centro de Producción de Programas de Prado del Rey y para ordenar el conjunto urbano existente en dicho enclave.

Año 1974

Emisoras del primer programa:

Sierra Alhamilla (Almería), Sierra de Mijas (Málaga), Chinchilla (Albacete) y Almonaster (Huelva).

Emisoras del segundo programa:

Montánchez (Cáceres), Javalambre (Teruel), Peña de Francia (Salamanca), Monte Yerga (Logroño), La Higa (Navarra), Sierra de Páramo (Lugo), Inogés (Zaragoza), Huelva —capital—, San León (Álava) y Sierra, Alhamilla (Almería).

Enlaces hertzianos:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Duplicación del enlace Desierto-Javalambre, doble enlace Guadalcanal-Sierra Alhamilla, duplicación del enlace Higuera, de la Serena-Peña de Francia, enlace San José-Almonaster, enlace Valencina-Paterna-Huelva y enlace doble Bonet-Chinchilla.

Renovación de la red:

En este año se dará carácter preferente a la renovación de la red, en las zonas con cabecera en Madrid y Levante y en las mismas condiciones señaladas en los años anteriores.

Se seguirá con el plan de renovación del Centro Emisor de Navacerrada y con la duplicación de las emisoras de banda I iniciado el año anterior.

Reemisores:

Reemisores de VHF a determinar según las necesidades de cobertura, por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Reemisores de UHF, correspondientes al plan nacional de extensión de la segunda cadena, a determinar en función de las emisoras instaladas y por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Centros y medios de producción:

Se proseguirá con la instalación de los estudios de Barcelona o con la alternativa apuntada en el año anterior respecto a los dos nuevos estudios en Prado del Rey.

Respecto a centros regionales se hace la previsión de un nuevo centro a instalar, según el estudio general de regionalización de la información de Televisión Española, que se ha puesto ya en marcha.

Año 1975

Emisoras del primer programa:

Traslado de la Emisora del canal 2 de Santiago a los Reales (Málaga), Emisora de Cádiz —capital—, Sierra de Luna (Campo la Gibraltar) y Rocacorba (Gerona).

Emisoras del segundo programa:

Chinchilla (Albacete), Rocacorba (Gerona), Boal (Oviedo), Sierra de Mijas (Málaga), Sierra de Luna (Campo de Gibraltar) y Cádiz —capital—
.

Enlaces hertzianos:

Doble enlace Medina-Sidonia-Cádiz, doble enlace Tibidabo-Rocacorba y doble enlace Gamaniteiro-La Bailadora.

Reemisores:

Reemisores de VHF a determinar según las necesidades, en orden a completar la cobertura de las emisoras ya instaladas, por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Reemisores de UHF, correspondientes al plan nacional de extensión de la segunda cadena, a determinar en función de las emisoras instaladas; y por un importe aproximado de 50 millones de pesetas.

Renovación de la red:

Se atenderá preferentemente a las zonas de Andalucía occidental y Andalucía oriental.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Se completará la renovación de la infraestructura del Centro Emisor de Navacerrada, trasladando al nuevo complejo los actuales transmisores.

Se completará el plan de renovación y duplicación de las emisoras del primer programa, iniciado en los dos años anteriores.

Centros y medios de producción:

En este año se completarán los planes iniciados en los años anteriores.

6.3. Las inversiones públicas

	Millones de pesetas
Emisoras de VHF (primer programa)	
17 nuevas instalaciones	225
Ampliaciones, traslados y mejoras de las Emisoras existentes	25
Emisoras de UHF (segundo programa)	
33 nuevas instalaciones	540
Enlaces hertzianos	400
Infraestructura para emisoras y enlaces	
(En colaboración con corporaciones locales y provinciales)	100
Ampliación de la red de reemisores VHF (primer programa)	150
Extensión de la red de reemisores UHF (segundo programa)	200
Infraestructura para nuevos reemisores	
(En colaboración con corporaciones locales y provinciales)	100
Renovación de la red (equipos) (dos zonas por año)	130
Renovación de la red (infraestructura) (dos zonas por año)	100
Ampliación y mejora de los actuales centros de producción	200
Ampliación y mejora de los actuales centros de producción (equipos)	350

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Medios de producción (nuevos equipos y unidades móviles)	180
Total	2.700

7. Radiodifusión estatal

7.1. Objetivos

La constante evolución de la radiodifusión sonora, la necesaria renovación de equipos e instalaciones y aparición de nuevas técnicas, así como el progresivo desarrollo de estos medios, hacen aconsejable la adopción, con una realista visión de futuro, de una serie de medidas tendientes a su paulatina ordenación en las esferas interna e internacional.

En lo que se refiere a la radiodifusión sonora española, dentro del perfil inédito de su régimen jurídico, en el que, conservando la condición de servicio público, tiene establecido un especial sistema de colaboración con el sector privado e institucional, esta ordenación se hace precisa a fin de acudir a la próxima conferencia internacional en la que se realice, la anunciada revisión del Plan de Frecuencias de Copenhague en condiciones que permitan actuar partiendo de una radiodifusión de sonidos debidamente estructurada. Con ello, y respetando las situaciones presentes que, se hallan amparadas por título legítimo de las emisoras genéricamente denominadas «no explotadas por el Estado», se lograría una más idónea utilización del medio, evitándose en el orden interno los perjuicios mutuos derivados de la limitación de frecuencias disponibles, que, utilizadas fuera de un orden establecido, dan lugar a perturbaciones y daños en su alcance y audiencia.

El número cada vez más amplió de radioyentes, producto del impacto persistente de las emisiones radiofónicas, las facilidades que brindan para los oyentes los receptores móviles y la flexibilidad con que el medio se ha adaptado a la realización concurrente de otras actividades y conseguido audiencias exclusivas, hace necesaria una constante elevación del nivel de la programación de las emisoras, cualesquiera que sean, ya que todas resultan en definitiva, gestoras de un servicio público.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por lo que respecta a la Radiodifusión Estatal, los objetivos a cumplir en el próximo cuatrienio son los siguientes:

- Extender las zonas de servicio de los diversos programas de Radio Nacional de España, tanto de los que están destinados al interior del país y que utilizan las redes de Onda Media y de Frecuencia Modulada, como de los dirigidos al exterior y que se sirven de las emisoras de Onda Corta.
- Elevar la calidad técnica y artística de las emisiones mediante la puesta en servicio de nuevos centros de producción, la modernización de los que se encuentran anticuados o envejecidos, la incorporación de nuevos equipos de concepción más Moderna y de mayor eficacia y la creación de un centro de medidas y supervisión para asegurar el correcto funcionamiento de las redes.

7.2. Programas del sector publico

El índice del programa a desarrollar comprende los siguientes epígrafes:

1. Emisoras
 - a. Red de Onda Media.
 - b. Red de Frecuencia Modulada.
 - c. Centro Emisor de Onda Corta Noblejas.
 - d. Centro Emisor de Onda Corta Arganda.
2. Locales y medios de producción y supervisión
 - a. Casa de la Radio de Madrid.
 - b. Nuevos Estudios de Barcelona.
 - c. Estudios diversos de provincias.
 - d. Servicio Exterior.
 - e. Centro de Medidas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Se indica en forma sumaria el alcance de las realizaciones a que se refiere cada uno de los anteriores epígrafes:

La La extensión de la red de Onda Media comprende seis nuevas emisoras, con potencias comprendidas entre 50 y 10 Kilovatios, destinadas a facilitar la escucha del programa nacional en zonas que actualmente quedan fuera de las áreas de servicio de las emisoras existentes. Entre las inversiones se incluye la adquisición del equipo necesario para la sincronización de las emisoras de red, de forma que puedan; operar en un reducido número de frecuencias, situación a la que conducirá necesariamente la próxima Conferencia Administrativa de la Unión Internacional de Telecomunicaciones para la planificación de las Ondas Medias que iniciará sus sesiones en 1974.

1.b. El desarrollo de la red nacional de Frecuencia Modulada se pretende acometer en forma ambiciosa, fijándose como objetivo de esta etapa el que el segundo y tercer programa de Radio Nacional puedan llegar en óptimas condiciones a un 65 por 100 o más de la población del país. El plan comprende la instalación de un gran número de centros primarios o complementarios, todos ellos para los dos programas, que, en general, compartirán su infraestructura con las emisoras y reemisoras de Televisión. Se incluyen asimismo algunas partidas para la consolidación o ampliación de instalaciones realizadas con carácter experimental y que deben elevarse al rango de definitivas.

1.c. En el año 1971 ha sido impuesto en servicio el gran centro de Emisión. de Onda Corta de Noblejas (Toledo), con seis emisoras de 350 Kilovatios, destinado a las emisiones a larga distancia. El pago de la parte principal de la instalación (emisoras y antenas) fue concertado en cinco anualidades, de la que queda por liquidar la 5ª, correspondiente

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

a 1972. Para la explotación normal del centro han de realizarse algunas construcciones y adquisiciones complementarias.

1.d. Las emisiones en Onda Corta se realizarán en el futuro, según sean dirigidas a grandes o medias distancias, con los centros de Noblejas o Arganda, respectivamente. Una vez en servicio el primero, procede la transformación del sistema de antenas del segundo para adecuado, en condiciones de máximo rendimiento, a los servicios de distancias medias (Europa, Zona del Mediterráneo y Norte de África).

2.a. La construcción de La Casa de la Radio de Madrid ha sido realizada con cargo al II Plan de Desarrollo, y la obra se encuentra en su fase final. No obstante, la construcción principal debe ser completada con otras de carácter periférico y a la instalación es preciso incorporar, para su plena efectividad, una importante partida de equipos y material de laboratorio.

2.b. En terrenos de la montaña de Montjuich, en Barcelona, está prevista la construcción de un complejo destinado a centros de producción de Televisión Española y Radio Nacional de España. En el presente programa de inversiones se incluyen las sumas necesarias para la construcción del edificio de estudios de Radio Nacional y para la adquisición e instalación del equipo técnico necesario.

2.c. El programa de inversiones comprende una partida para la renovación y modernización de los locales, así como para la mejora de la dotación y sustitución de equipos envejecidos, en los restantes estudios de la red de Radio Nacional y Radio Peninsular.

2.d. Los programas de radiodifusión se nutren profusamente de transmisiones, directas o diferidas, originadas en el exterior de los estudios. Esta actividad requiere la utilización de medios de producción

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

no estacionarios que comprenden unidades móviles, equipos de grabación y de comunicación, instalaciones de sonorización, etc., de las que actualmente se dispone en cantidad suficiente y se encuentran, en general, envejecidos por el prolongado uso o no responden a técnicas actuales.

2.e. El correcto funcionamiento de una vasta red de radiodifusión requiere una continua labor de supervisión, y de medidas, labor que se ha de realizar tanto desde un Centro especializada, debidamente equipado con elementos estacionarios, como en cualquier punto del territorio nacional mediante equipos transportables sobre vehículos. Este centro puede coadyuvar a tareas importantes de investigación y de cooperación en el plano internacional.

7.3. Las inversiones públicas

Durante el II Plan de Desarrollo, los Servicios de Radiodifusión Estatal (Radio Nacional de España y Radio Peninsular) pretenden alcanzar los objetivos señalados en las páginas anteriores, para los que han sido previstas las siguientes inversiones, expresadas en millones de pesetas:

1. Emisoras	Millones de pesetas
1.a Red de Onda Media	132,0
1.b. Red de Frecuencia Modulada	302,0
1.c. Centro de Emisoras de Onda Corta de Noblejas	103,7
1.d. Centro de Emisoras de Onda Corta de Arganda	54,0
Total	591,7

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2. Locales y medios de producción y supervisión	Millones de pesetas
2.a Casa de la Radio de Madrid	84,0
2.b. Nuevos estudios de Barcelona	125,0
2.c. Estudios diversos de provincias	25,0
2.d. Servicio exterior	25,0
2.e. Centro de medidas	30,0
	289,0
Total	880,7

Un mayor detalle, con los conceptos que comprenden a los anteriores epígrafes y su valoración parcial, puede encontrarse a continuación:

1. Emisoras

1.a. Red de Onda Media	Pesetas
1 Emisora de 50 kilovatios en Extremadura, incluidos estudios y enlaces	28.000.000
1 Emisora de 50 kilovatios en Levante con sus enlaces	24.000.000
4 Emisoras de 10 kilovatios en Galicia (2), Rioja y Almería, con sus enlaces	56.000.000
Equipos para sincronización de las emisoras de la red del programa nacional en grupos de la misma frecuencia, incluidos los centrales y periféricos y la unidad móvil para ajustes periódicos	24.000.000
Total 1.a.	132.000.000

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1.b. Red de Frecuencia Modulada	Pesetas
28 Centros primarios de emisión, cada uno de ellos con emisoras para el segundo y el tercer programa (Bailadora, Domayo, Lugo, Cabarga, Yerga, San León, Archanda, Perdón, Madrid, Gerona, La Musara, Monte Caro, Desierto, Torrente, Chinchilla, Alhamilla, Almadén, Lagar, Parapanda, Los Reales, Mijas, Cádiz, Luna, Huelva, Guadalcanal, Montanchez, El Navajo y Pozo de las nieves)	112.000.000
Ampliación de la potencia a 10 Kw. de los transmisores de los centros primarios de emisión de segundo y tercer programas de La Muela y Valencia	18.000.000
Nuevos sistemas radiantes en los centros primarios de emisión de segundo y tercer programas de Santiago, Gamoniteiro, Jaizquibel, Tibidabo, Lujar y Aitana	12.000.000
60 Centros complementarios de segundo y tercer programas {120 reemisoras} para extensión de la cobertura de los Centros	150.000.000
Ampliación de potencia de los transmisores de los Centros complementarios de León, Torrelavega y Alcoy y mejoras de infraestructura y sistemas radiantes en esos Centros y en los de Murcia, Éibar, Tolosa, Beasaín, Cuenca y Mieres	10.000.000
Total 1.b.	302.000.000

1.c. Centro Emisor de Noblejas	Pesetas
Quinta anualidad del suministro de equipos emisores y antenas	87.130.192
Construcciones complementarias (caseta de vigilancia, almacenes, cocheras, etcétera)	8.000.000
Equipos complementarios (equipo radioeléctrico, aparatos de medida, herramienta, aparejos, etc.)	8.569.202
Total 1.c.	103.699.400

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1.d. Centro Emisor de Arganda	Pesetas
Modernización del material de emisión y renovación del sistema actual de antenas comprendiendo la instalación de 5 antenas Log-periódicas con capacidad hasta 100 Kw. cada una	54.000.000
Total 1.d.	54.000.000

2. Locales y medios de producción de programas

2.a.. Casa de la Radio de Madrid	Pesetas
Obras complementarias (accesos, estacionamientos, cerramiento, alumbrado exterior, etcétera)	12.000.000
Equipo complementario (magnetófonos de diversos tipos reproductores automáticos, registradores de nivel, grabadores multipistas, mezcladores especiales para multiplex, corresponsales y comentaristas, micrófonos, altavoces, generadores de señales, elementos de comunicación y señalización, equipos para salas de escucha, fonoteca, mobiliario especial, etcétera)	47.000.000
Equipo para laboratorio y talleres (aparatos de medida, herramientas y mobiliario)	25.000.000
Total 2.a.	84.000.000

2.b. Nuevos estudios de Barcelona	Pesetas
Edificación para estudios de RNE	75.000.000
Equipo diverso para los estudios	50.000.000
Total 2.b.	125.000.000

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2.c. Estudios diversos de provincias	Pesetas
Obras de renovación y adquisición e instalación de nuevos equipos en los estudios de La Coruña, Oviedo, Bilbao, San Sebastián, Zaragoza, Valencia, Murcia, Sevilla, Tenerife, Málaga, Cuenca, La Línea y Huelva	25.000.000
Total 2.c.	25.000.000

2.d. Servicio Exterior	Pesetas
Adquisición de unidades móviles, mezcladores, magnetófonos, radioteléfonos, micrófonos, amplificadores, distribuidores, equipos de megafonía, etcétera	25.000.000
Total 2.d.	25.000.000

2.e. Centro de Medidas	Pesetas
Infraestructura (terrenos, edificaciones, urbanización, acometidas y saneamiento)	14.000.000
Equipo fijo de Laboratorio y para medidas en exterior	16.000.000
Total 2.e.	30.000.000

8. NO-DO

8.1. Objetivos

El presente Plan tiene por finalidad la renovación y puesta al día del material cinematográfico de NO-DO y la ampliación de sus locales, resultando ambas cosas imprescindibles, ya que se han hecho en muy escasa medida desde la fundación del organismo en 1943.

La necesidad de que los créditos previstos se incluyan en presupuesto, se explica por el hecho de que NO-DO nunca se encontrará en disposición de sufragar los gastos precisos, al estar prestando su servicio público en Noticiario a un precio prácticamente simbólico, que consiste en las mismas tarifas que se fijaron en 1943, con la débil compensación de una subvención en presupuesto, que no se ha alterado en los últimos años, a pesar de las subidas que los costes de material laboratorio y servicios han experimentado en los últimos tiempos.

Con las inversiones programadas se adquirirán los elementos precisos para poder llevar a cabo las siguientes actividades:

- I.
 - a) Continuar prestando el servicio público semanal de revista cinematográfica, que es de proyección obligatoria para todos los cines, mejorando su actual calidad.
 - b) Obtener los medios técnicos necesarios para incrementar las posibilidades de producción y mejora de calidad de los Documentales que debe realizar para abastecer el mercado nacional y difundir por el extranjero la imagen, de la cultura española y de las recientes realizaciones de nuestro país en todos los campos.
- II. Disponer de los debidos elementos técnicos que hagan posible, una acción conjunta con Televisión Española que intensifique la coordinación que actualmente existe entre los

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

medios televisivo y cinematográfico, en lo que se refiere a establecer departamentos comunes a ambos (filmación, archivo, truca, etc.), lo que permitirá la plena utilización de los mismos.

- III. Contar con el utillaje mínimo imprescindible para iniciar, con la debida antelación, la producción destinada a, acoplarse a las nuevas técnicas audiovisuales (cassettes, discos, etc.) cuya comercialización e irrupción en el mercado se augura razonablemente que será inminente y exigirá, sea cual sea el sistema que se imponga en el mercado, cantidades enormes de «software» para complacer a la demanda que en todos los terrenos (educación, formación profesional, industria, turismo, recreo, etc.) se producirá.

8.2. Las inversiones públicas

Para realizar las actividades anteriormente señaladas se han previsto las siguientes inversiones a realizar durante el III Plan de Desarrollo:

	Pesetas
Archivo película	3.102.000
Cabinas proyección	2.494.000
Truca	7.903.000
Electricidad e iluminación	10.500.000
Laboratorio fotográfico	750.000
Mortaje	7.500.000
Rodaje	26.144.000
Sonido	16.000.000
Taller precisión	422.000
Insonorización	3.600.000
Equipo electrónico	19.285.000
Edificio	25.000.000
Total	122.700.00

9. Publicidad

9.1. Evolución histórica

La publicidad, instrumento importante de la política comercial, es considerada legalmente —ley 61/1964, de 11 de junio, que aprobó el estatuto de la publicidad—, como actividad dirigida a promover, de modo mediato o inmediato, la contratación de bienes y servicios.

Si determinadas manifestaciones de tal actividad —carteles, anuncios en medios impresos— se dieron ya desde antiguo, su instrumentalización técnica no se inicia en nuestro país hasta el año 1919, fecha en que se constituye dentro de una agencia de publicidad un departamento técnico.

Las razones son esencialmente económicas. Durante largos años nuestras empresas no sintieron la necesidad de luchar para la conquista del mercado. La competitividad incipiente se mantenía dentro de unos límites perfectamente soportables. Los problemas de producción y venta no tenían, ni con mucho, las características actuales.

Cuando las industrias comenzaron a alcanzar cierto volumen y las ventas se polarizaron en las marcas, las Empresas ya se vieron obligadas a realizar una actividad publicitaria de cierto nivel. Surgieron los cromos, los cupones prima y los regalos. Se incrementaron los anuncios en la prensa. Contados fabricantes articularon campañas en periódicos y en la modalidad de publicidad exterior, mediante anuncios y carteles totalmente empíricos, cuya limitada eficacia era suficiente para el fin que se pretendía.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La influencia de la publicidad extranjera, básicamente la americana y francesa, comenzó a descubrir a nuestros industriales la eficacia de tal instrumento y su indudable utilidad dentro de la producción en masa. Simultáneamente surgieron también algunos hombres, pocos, que comenzaron a estudiar este fenómeno nuevo y trataron de aplicarlo.

Comenzaron a surgir agencias de publicidad que, al igual que las primitivas americanas, básicamente se dedicaban a la compra y venta de espacios, sirviendo de intermediarias entre el medio de difusión y el anunciante. Agencias que, por esta razón, percibían sus ingresos, a título de comisión o prima, de los propios medios a que accedía, por su intervención, esa incipiente publicidad.

La publicidad española, durante este período que cabría extender hasta los años 1950, era mediocre y rudimentaria. Entre las excepciones se contaban algunos ensayos de campañas declamatorias y excéntricas, los primeros anuncios de perfumería inspirados en la técnica americana o en el modo de hacer francés, los primeros grafismos importados o adoptados de algunas firmas extranjeras y la labor, todavía escasa, de los primeros técnicos españoles.

En el año 1927 fue fundada en Barcelona una Asociación de Estudios Publicitarios que organizó ciclos de conferencias, una exposición bibliográfica internacional, una exposición de organización comercial, dos congresos nacionales de publicidad y un congreso internacional dentro de la Unión Continental de Publicidad.

Fue en la década de los cincuenta cuando la publicidad comenzó a tecnificarse. Las agencias con departamento técnico o las propias agencias técnicas comienzan a surgir. A partir de 1959 se fundan cátedras elementales de publicidad en las escuelas Comerciales del

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Estado. Y comienza, débilmente, todavía, a emplearse técnicas psicológicas en la planificación de campañas publicitarias.

Coincidiendo con el inicio del desarrollo económico, la publicidad toma nuevos vuelos. Su creciente importancia económica y su notoria incidencia social determinan la promulgación de la ley 61/1964, de 11 de junio, que aprobó el estatuto de la publicidad. Comienzan a tenerse noticias —sí que todavía imperfectas— de los gastos publicitarios, los medios de difusión vienen incrementando año a año sus ingresos por publicidad y comienzan a surgir nuevos medios de difusión estrictamente publicitarios. Coincidiendo, con este notorio incremento, las agencias internacionales inician sus asociaciones con las agencias españolas de mayor prestigio para terminar por constituir en el período 1964 a 1966 empresas españolas con capital mayoritario no nacional.

9.2. El gasto publicitario

9.2.1. Total

Aun cuando no existen estadísticas fiables que globalmente contemplen el volumen del gasto publicitario, estudios parciales permiten reconstruir, con cierta aproximación, este importante capítulo. Los resultados aproximativos a que cabe llegar arrojan un crecimiento del gasto publicitario desde 15.000 millones en 1965 a 19.000 millones en 1970.

Las magnitudes acabadas de contemplar no darían una visión correcta del tema si no se comparan con las de otros países, eligiéndose como término de comparación a Italia, Inglaterra y Alemania, naciones con características económicas muy acusadas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El gasto publicitario en los años de los que se posee información, expresado en miles de pesetas se recoge en la tabla IX.1.

TABLA IX.1

EVOLUCIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO

(en miles de pesetas)

Años	Italia	Inglaterra	Alemania	España
1965	16.144.800	68.686.030	90.723.000	15.000.000
1966	19.143.600	70.349.130	104.709.000	16.000.000
1967	22.588.500	71.685.920	112.640.000	16.300.000
1968	27.231.900	79.329.870	132.484.000	17.000.000
1969	—	85.483.340	156.811.500	18.500.000

El examen de los datos acabados de consignar pone de manifiesto que el gasto publicitario en nuestro país es notoriamente inferior al de los acabados de señalar, singularmente en lo que se refiere a Inglaterra y Alemania, con porcentajes de incremento modestos e irregulares.

9.2.2. Por medios

La actividad publicitaria, esencialmente difusora, necesita concretamente en la inserción de su mensaje en los espacios reservados a tal fin en los medios de información y en los estrictamente publicitarios.

Como tal inserción es siempre pagada, su precio viene a constituir un capítulo de ingresos —importantes y hasta decisivo— de las empresas propietarias de tales espacios.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La consideración de la distribución por medios del gasto publicitario proporciona una clara visión del modo en que se concreta el flujo económico de la actividad publicitaria.

En lo que a España se refiere y en los años que vienen considerándose los datos absolutos, expresados en miles de pesetas, y los correspondientes porcentajes son los que se recogen en la tabla IX.2.

TABLA IX.2

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO POR MEDIOS

(en miles de pesetas)

Años	Prensa diaria	Revistas	Televisión	Radio	Exterior	Cine	Varios	Total
1965	Gasto	5.490.000	1.305.000	3.094.000	1.890.000	807.000	609.000	15.000.000
	Porcentaje	36,60	8,70	20,63	5,38	5,38	4,06	100,00
1966	Gasto	5.432.000	1.536.000	3.771.400	1.534.000	1.273.600	441.600	16.000.000
	Porcentaje	33,95	9,60	23,57	9,59	7,96	2,76	100,00
1967	Gasto	6.236.380	1.395.280	3.255.110	1.348.010	1.845.160	461.290	16.300.000
	Porcentaje	38,26	8,56	19,97	8,27	11,32	2,83	100,00
1968	Gasto	6.650.400	1.756.400	3.456.600	1.489.400	1.995.300	407.300	17.000.000
	Porcentaje	39,12	10,33	20,33	8,76	11,74	2,40	100,00
1969	Gasto	6.943.000	2.238.000	3.926.00	1.535.000	2.442.000	351.000	18.500.000
	Porcentaje	37,52	12,10	21,22	8,30	13,20	1,90	100,00
1970	Gasto	7.239.000	2.386.400	3.961.500	1.561.800	2.593.500	334.400	19.000.000
	Porcentaje	38,10	12,56	20,85	8,22	13,65	1,76	100,00

La distribución por medios del gasto publicitario en nuestro país presenta cierta analogía con Italia, se separa en medida importante de Inglaterra y Alemania y en su estructura quedan claramente fijadas las características socioeconómicas de nuestro país.

Claramente se comprueba lo que acaba de señalarse por la lectura de la tabla IX.3.

TABLA IX.3

GASTO PUBLICITARIO POR MEDIOS Y PAÍSES

(En porcentaje)

		España	Inglaterra	Alemania	Italia
Prensa	1965	45,30	78,77	56,88	60,73
	1966	43,55	68,56	54,46	63,19
	1967	46,82	65,97	53,55	66,08
	1968	49,45	67,71	53,34	62,06
	1969	49,62	70,43	54,10	—
Televisión	1965	20,63	25,67	7,79	13,75
	1966	23,57	25,77	7,69	13,11
	1967	19,97	28,70	7,64	11,86
	1968	20,33	27,67	7,27	14,77
	1969	21,22	25,10	7,35	—
Radio	1965	12,60	0,48	1,51	8,12
	1966	9,59	0,71	1,56	7,82
	1967	8,27	0,46	1,84	7,34
	1968	8,76	0,21	2,02	8,00
	1969	8,30	0,19	2,14	—
Exterior	1965	5,38	3,63	3,01	11,48
	1966	7,96	3,55	2,79	10,40
	1967	11,32	3,47	2,96	9,25
	1968	11,74	3,14	3,05	8,74
	1969	13,20	3,11	2,95	—
Cine	1965	4,06	1,45	1,06	5,93
	1966	2,76	1,42	0,94	5,47
	1967	2,83	1,39	0,88	5,47
	1968	2,40	1,26	0,74	6,44
	1969	1,90	1,17	0,69	—

9.2.3. Por grupos de productos

Los datos de gasto publicitario por grupos de productos hay que deducirlos de los que proporcionan fuentes de naturaleza privada, que se limitan en sus estudios a sólo tres medios: televisión, radio y revistas. Fuentes que, por otra parte, son incompletas e indiciarias.

El análisis ponderado de los datos que se paseen, relativos al año 1970, sometidos a las rectificaciones de tendencias que el conocimiento de la realidad impone, ofrece los porcentajes que se recogen en la tabla IX.4.

El análisis de dichos datos pone de manifiesto:

- a) Que los cinco grupos de productos de mayor gasto publicitario en el medio «Televisión» son, debidamente ordenados, los siguientes:

	Porcentaje
Alimentación	17,84
Electrodomésticos	13,16
Bebidas y licores	13,02
Vestido y textil	11,55
Perfumería y belleza	7,11

- b) En el medio «radio» los cinco grupos de mayor gasto son, a su vez, los siguientes:

	Porcentaje
Alimentación	27,13
Bebidas y licores	20,64
Limpieza	11,91
Varios	10,00
Electrodomésticos	9,21

GASTO PUBLICITARIO POR PRODUCTOS Y MEDIOS

(En porcentaje)

		Televisión	Revistas	Radio
Alimentación	17,84	5,66	27,13	
Automóvil, motor, accesorios	2,26	6,39	3,80	
Bancos, seguros, ahorro	4,68	2,00	—	
Bebidas y licores	13,02	4,95	20,64	
Construcción, obra e inmuebles	0,98	2,04	—	
Ediciones	1,20	1,49	2,36	
Electrodomésticos	13,16	6,64	9,21	
Enseñanza	—	1,92	—	
Espectáculos	—	1,06	—	
Farmacia y productos químicos	4,36	2,70	1,47	
Ganadería	0,01	—		
Limpieza	9,10	1,63	11,91	
Maquinaria agrícola	—	—	—	
Maquinaria industrial	0,01	0,03	—	
Mobiliario y decoración	3,36	4,48	0,27	
Óptica, foto y accesorios	—	2,78	1,06	
Oficina, material y escritorio	0,88	0,26	—	
Perfumería y belleza	7,11	24,31	6,72	
Radio, televisión y sonido	0,99	1,04	1,43	
Relojería y joyería	1,65	3,73	1,53	
Tabacos y accesorios	2,55	0,76	0,08	
Turismo y viajes	0,69	3,37	—	
Utensilios de hogar	0,94	2,22	1,28	
Vestido y textil	11,55	17,87	1,11	
Varios	3,36	4,77	10,00	

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- c) En lo que a «Revistas» se refiere, dichos cinco primeros grupos van ordenados así:

	Porcentaje
Perfumería y belleza	24,31
Vestido y textil	17,87
Electrodomésticos	6,64
Automóvil, motor, accesorios	6,39
Bebidas y licores	4,95

9.3. Previsiones para el cuatrienio 1972-1975

Teniendo en cuenta las tendencias de consumo, la extensión y mejoramiento de los medios de difusión publicitada y las presuntas oscilaciones del mercado, se estima como distribución probable del gasto publicitario en grupo de productos durante el cuatrienio 1972-1975 la recogida en la tabla IX.5.

Si de esta distribución porcentual por grupos de productos se pasa a la presuntiva determinación porcentual por grupos de medios, pueden aventurarse los datos que figuran a continuación en la tabla IX.6. Datos en cuya determinación se han tenido en cuenta lo creciente del consumo de diarios y revistas por persona, la distribución geográfica del segundo canal de Televisión y la disminución en términos relativos de la radiodifusión como medio publicitario:

PREVISIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO POR PRODUCTOS

(En porcentaje)

	1972	1973	1974	1975
Alimentación	15,00	14,00	13,00	12,00
Automóvil, motor, accesorios	5,00	5,50	6,00	6,50
Bancos, seguros, ahorro	2,25	2,50	2,75	3,00
Bebidas y licores	12,00	11,00	10,50	10,00
Construcción, obra e inmuebles	1,00	1,00	1,00	1,00
Ediciones	1,70	2,00	2,30	2,50
Electrodomésticos	9,70	10,00	10,50	11,00
Enseñanza	0,18	0,20	0,22	0,25
Espectáculos	3,00	3,00	3,00	3,00
Farmacia y productos químicos	2,80	2,80	2,80	2,80
Ganadería	0,30	0,30	0,30	0,30
Limpieza	7,50	7,50	7,50	7,50
Maquinaria agrícola	0,10	0,15	0,20	0,25
Maquinaria industrial	0,25	0,30	0,30	0,35
Mobiliario y decoración	2,40	2,50	2,50	2,60
Óptica, foto y accesorios	0,35	0,35	0,35	0,35
Oficina, material y escritorio	1,25	1,25	1,25	1,25
Perfumería y belleza	16,00	16,00	16,00	16,00
Radio, televisión y sonido	1,25	1,30	1,35	1,40
Relojería y joyería	1,35	1,35	1,35	1,35
Tabacos y accesorios	0,40	0,35	0,35	0,30
Turismo y viajes	1,35	1,35	1,35	1,35
Utensilios de hogar	1,10	1,00	1,00	1,00
Vestido y textil	11,10	11,50	12,00	12,50
Varios	2,67	2,80	2,13	1,45

PREVISIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO POR MEDIOS

(En porcentajes)

Años	Prensa	TV	Radio	Exterior	Cine	Varios
1972	52,00	21,00	8,10	13,65	1,75	3,50
1973	52,50	21,25	8,00	13,70	1,60	2,95
1974	52,75	21,50	7,75	13,75	1,50	2,75
1975	53,00	22,00	7,50	13,75	1,45	2,30

Para trasladar el cuadro de programación porcentual a cifras absolutas, es necesario evaluar el crecimiento correspondiente al año actual y a continuación cifrar con pretensiones de programación las cantidades correspondientes al cuadrienio, teniendo presente:

- a) La coyuntura económica y período de que se trata,
- b) El ritmo de las variaciones del crecimiento en los años precedentes.
- c) El desarrollo previsible de los medios de difusión publicitaria.
- d) La tendencia de países de superior desarrollo dentro de la misma área geográfica.

Partiendo del supuesto de un crecimiento general del 7 por 100 acumulativo, de las cifras de incremento correspondientes a los años 1966-1970; y del promedio de crecimiento de Francia (8,5 por 100); de Italia (13,10 por 100), y de Inglaterra (5,68 por 100); se estima que el crecimiento acumulativo deseable y satisfactorio podría cifrarse en el 8 por 100 anual que, operando sobre la cifra estimada del gasto total de 20.000 millones de pesetas en el año 1971 justificaría las previsiones que se recogen en las tablas IX.7 y IX.8.

TABLA IX.7

PREVISIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO POR MEDIOS

(En millones de pesetas)

Años	Prensa	Televisión	Radio	Exterior	Cine	Varios	Total
1972	11.231,-	4.536,-	1.749,-	2.948,-	380,-	756,-	21.600
1973	12.247,3	4.957,2	1.866,2	3.195,9	373,2	688,2	23.328
1974	13.290, _	5.416,6	1.952,5	3.464,2	377,9	692,8	25.194
1975	14.420,8	5.986,-	2.040,7	3.741,2	394,5	625,8	27.209

TABLA V.8

PREVISIÓN DEL GASTO PUBLICITARIO POR PRODUCTOS

(En millones de pesetas)

	1972	1973	1974	1975
Alimentación	3.240.000	3.265.920	3.275.220, –	3.265.080, –
Autom., motor., acc.	1.080.000	1.283.040	1.511.640, –	1.768.585, –
Banca, seguros, ahorro	486.000	583.200	692.835, –	816.270, –
Bebidas, licores	2.592.000	2.566.080	2.645.370, –	2.720.900, –
Contruc., obras, inm.	216.000	233.280	251.940, –	272.090, –
Ediciones	367.200	466.560	579.462, –	680.225, –
Electrodomésticos	2.095.200	2.332.800	2.645.370, –	2.992.990, –
Enseñanza	38.880	46.656	55.428,8	68.022,5
Espectáculos	648.000	699.840	755.820, –	816.270, –
Farmacia	604.800	653.184	705.432, –	761.852, –
Ganadería	64.800	69.984	75.582, –	81.627, –
Limpieza	1.620.000	1.749.600	1.889.550, –	2.040.675, –

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Maquinaria agrícola	21.600	34.992	50.388, –	68.022,5
Maquinaria industrial	54.000	69.984	75.582, –	95.231,5
Mobiliario y decoración	518.400	583.200	629.850, –	707.434, –
Material oficina y acc.	75.600	81.648	88.179, –	340.112,5
Óptica, foto y cine	270.000	291.600	314.925, –	95.231,5
Perfumería y belleza	3.456.000	3.732.480	4.031.040, –	4.353.440, –
Radio, TV y sonido	270.000	303.264	340.119, –	380.926, –
Relojería y joyería	291.600	314.928	340.119, –	367.321,5
Tabaco y accesorios	86.400	81.648	88.179, –	81.627, –
Turismo y viajes	291.600	314.928	340.119, –	367.321,5
Utensilios hogar	237.600	233.280	251.940, –	272.090, –
Vestido y textil	2.397.600	2.682.720	3.023.280, –	3.401.125, –
Varios	576.720	653.184	536.632,2	394.530,5
Total	21.600.000	23.328.000	25.194.002,0	27.208.999,8

9.4 Problemática del sector

La actividad publicitaria, tanto en su vertiente empresarial como en sus manifestaciones externas, tiene planteadas y plantea diversas cuestiones que van a ser objeto de consideración dentro de este epígrafe.

9.4.1 Incidencia social.

La publicidad, en su calidad de información persuasiva, incide de modo muy directo en la sociedad sobre la que actúa, creando hábitos de consumo e incluso modificando aptitudes sustanciales. No en vano la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

publicidad actual, esencialmente técnica, utiliza conocimientos de psicología profunda y emplea métodos de probada eficacia social.

La publicidad, neutra en cuanto a instrumento de política comercial, se convierte en peligrosa arma de distorsión social cuando recurre a procedimientos y atenta a los valores esenciales del hombre y de la comunidad en que está inserto. Por otra parte, atendidos la multiplicidad y extensión de sus impactos, alcanza prácticamente a todos los sectores sociales, sin discriminación de edad, sexo o estado.

Como consecuencia de una competitividad cada vez más intensa, determinada en gran medida por una casi identidad de productos que simultáneamente aparecen en el mercado, la publicidad va dejando de ser objetiva para idealizar el entorno, provocando una actitud de compra cada vez más sensibilizada y menos racional. Piénsese, por ejemplo, en las apelaciones de confort y bienestar material que acompañan normalmente a las campañas publicitarias de los productos más diversos. Desde los automóviles a las urbanizaciones, pasando por los electrodomésticos y productos de belleza.

Lo que antecede, que constituye una constante universal, se da también en nuestro país, impulsado y favorecido por la imitación de publicaciones foráneas, tanto europeas como americanas. Ello produce una erotización progresiva de los mensajes publicitarios, materializada en los grafismos y profundizada en las motivaciones. Las apelaciones al consumo de naturaleza materialista se multiplican por doquier. Los anuncios de determinadas bebidas tratan de identificar la masculinidad con el consumo de las mismas. Los de determinados productos alimenticios dirigidos a la juventud, el progreso individual con la utilización de dichos productos. Los electrodomésticos, la felicidad familiar con su posesión. Los ejemplos podrían multiplicarse aún más.

Como consecuencia de lo que antecede, se ataca tal vez de modo inconsciente pero real y eficazmente, el cuadro de valores del individuo y de la sociedad española. Uno y otra están lentamente sometidos a una continuada erosión que puede incluso cambiar las características

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

esenciales de nuestro pueblo. Tanto más cuanto que la acción publicitaria concurre en su influencia con otras de semejante signo en el campo de la cultura: libros, teatro, cine.

9.4.2. Consumo de productos nocivos.

La Organización Mundial de la Salud, en su reunión celebrada en Ginebra en enero de 1970, hizo constar que ninguna organización dedicada a la promoción de la salud puede permanecer indiferente respecto al problema del consumo de cigarrillos en algunos medios de difusión. Checoslovaquia, Italia y Suiza no permiten la difusión de mensajes publicitarios sobre consumo de tabaco ni en televisión ni en la radio. En Finlandia se prohíben anuncios en que aparezcan sujetos en actitud de fumar. En este mismo sentido, la República Federal Alemana que, además prohíbe la difusión de mensajes publicitarios en televisión y radio antes de las siete de la tarde. En Francia y en el Reino Unido está prohibida la publicidad de cigarrillos en televisión, prohibición que también rige en Estados Unidos a partir del 2 de enero del año en curso. En Irlanda se ha decidido eliminar progresivamente dicha publicidad en televisión y radio, y Canadá ha pasado de la limitación de difusión de mensajes publicitarios antes de las nueve de la noche a la supresión completa de los mismos en los dos medios a que nos venimos refiriendo.

En otro orden de cosas, recientes estadísticas, aireadas por la prensa, han señalado el incremento del índice, de alcoholismo en el pueblo español. Incremento que, en cierta medida, está determinado por las campañas publicitarias de dichos productos a que se hace referencia en el epígrafe anterior.

De la nocividad del tabaco, así como del consumo del alcohol en proporciones superiores a las normales y el peligro consiguiente al fomento precoz del hábito de consumo en la adolescencia y la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

juventud no existe duda alguna. Y aún menos de una publicidad que fomenta y empuja a dicho consumo basada en apelaciones ajenas a los productos y de profundo impacto en el subconsciente.

9.4.3. Consumo de productos nocivos.

En el ámbito profesional se muestran dos tendencias de distinta naturaleza, que tienden a alterar el principio de libre concurrencia que constituye la filosofía del estatuto de la publicidad.

De un lado, los profesionales integrados en la Organización Sindical tienen totalmente en sus manos la posibilidad de conceder o denegar el ejercicio profesional de los sujetos interesados. De otro, no es infrecuente que, mediante su incorporación a empresas de distintos ámbitos operativos, determinados profesionales vengan a concentrar en ellos actividades diversas y complementarias. Lo que crea una situación de poder eminente dentro del mercado de servicios de la actividad.

Las normas vigentes condicionan el ejercicio profesional de la actividad a la autorización administrativa a otorgar por el Ministerio de Información y Turismo. Autorización administrativa que se concede siempre que se reúnan los requisitos señalados en el artículo 17 de la ley 61/1964, de 11 de junio, que aprobó el estatuto de la publicidad. Entre los documentos cuya aportación es exigida para la práctica de la inscripción en el reglamento del Registro General de Publicidad, aprobado por orden de 5 de abril de 1965, figura la certificación a expedir por la Organización Sindical acreditativa de la posesión por la empresa de medios suficientes para el desarrollo de su actividad o de la idoneidad para el ejercicio profesional cuando se trate de agentes de publicidad. La aportación de tal documento es tan esencial y básica que, si la entidad o persona que solicita la inscripción no la aporta

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

dentro del período de vigencia de la autorización provisional, la Administración ha de denegar la inscripción solicitada de conformidad con lo previsto en el artículo 7º de la orden de 2 de diciembre de 1966.

Este sistema viene a dejar totalmente en manos de profesionales la legitimidad del ejercicio profesional, produciendo, en ocasiones, situaciones de oligopolio especialmente acusadas en el ámbito provincial, ya que existe una clara y decidida tendencia de los estamentos profesionales a limitar hasta el máximo la concurrencia en el mercado de servicios. En cuanto al segundo de los aspectos acabados de señalar —oligopolios estructurales—, no es infrecuente la posesión por agencias de publicidad de exclusivas de medios publicitarios que facilitan la oferta de espacios y les permiten ingresos complementarios por dicho concepto.

9.4.4 Prácticas desleales

La deslealtad en el ejercicio de la actividad publicitaria está prácticamente centrada en la oferta de servicios. El estatuto de la publicidad, en su artículo 31, determina que el precio de los servicios a prestar por una agencia, consistirá normalmente «en una comisión fija calculada sobre el valor total de dicha campaña».

Al no establecerse de modo obligatorio y para todos los supuestos esta fórmula de remuneración, son minoritarias las agencias de publicidad —no más de 15— que exigen como contraprestación de sus servicios el pago de tal comisión, cifrada en el standard internacional en un 15 por 100 del valor neto. La inmensa mayoría de tales sujetos publicitarios percibe comisiones notoriamente inferiores y no uniformes. Incluso en bastantes supuestos las remuneraciones se efectúan con, cargo a las bonificaciones que, en Concepto de descuento o prima, otorgan los medios de difusión. Esta situación provoca una auténtica guerra de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

descuentos que altera el mercado de servicios y provoca notorias disfunciones. Hecho agravado por la deficiente preparación de numerosos anunciantes, aún no suficientemente mentalizados respecto del carácter técnico de toda campaña de publicidad. Y que, en su realización, persiguen únicamente la obtención de los máximos beneficios con la consiguiente reducción de sus inversiones.

9.4.5 Empresas de capital no nacional

Como ya se dijo anteriormente, a partir de 1964 fueron constituyéndose agencias españolas con participación mayoritaria de capital no nacional. Las razones que determinaran su aparición en el mercado de servicios fueron esencialmente de naturaleza económica. De un lado, el desarrollo de nuestro mercado nacional y el consiguiente incremento de las cifras de consumo. De otro, la instrumentalización de introducción en nuestro mercado de productos extranjeros.

En la actualidad la participación de capital no nacional en las agencias de servicios plenos, las de mayor nivel técnico y mejor estructura empresarial, es del 28 por 100, En las agencias de publicidad general del 9,57 por 100 y en las agencias de publicidad de exclusivas del 10,22 por 100.

En cifras absolutas, el número de agencias de publicidad de servicios plenos con participación de capital extranjero es de 14 de un total de 49.

El número de agencias de publicidad general con participación de capital no nacional es de 22 de un total de 643. Y de las agencias de publicidad de exclusivas, nueve de un total de 115.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Aun cuando no se poseen estudios sobre la influencia dentro del mercado de servicios de estos sujetos publicitarios con participación de capital extranjero, cabe no obstante señalar que, en opinión de los empresarios nacionales de publicidad, tales agencias llevan a cabo una política poco adecuada a las necesidades y circunstancias del país, de ahí que la I Asamblea de Empresas de Publicidad se pronunciara sobre la limitación al 49 por 100 de la participación de capital extranjero en las agencias de publicidad de servicios plenos y de servicios generales y la prohibición total en las de exclusivas.

9.4.6 Difusión de medios

Los medios de difusión publicitaria, tanto los de información como los estrictamente publicitarios, no proporcionan una fiable información sobre su difusión y aún menos sobre la estratificación y características de las destinatarias de la comunicación.

La ley 61/1964, de 11 de junio, tuvo tan sólo en cuenta el medio «Prensa», prohibiendo a toda publicación que no se sometiera al control la difusión, la publicación o comunicación a agencias o clientes de sus cifras de tirada y venta.

El conocimiento de la eficacia difusora de dicho medio es fundamental y básica para una correcta planificación de las campañas publicitarias y consiguiente eficacia.

Los sistemas promocionales que actualmente se utilizan —descuentos y primas— comprometen la libre determinación planificadora, favoreciendo que la recomendación de medios se haga con criterio económico y no con criterio esencialmente, técnico.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

9.4.7 Espacios publicitarios y su tarificación

Los espacios que los medios de información destinan como soporte del mensaje publicitario no son uniformes ni permanentes, dificultando en los medios impresos el máximo aprovechamiento de los originales a difundir.

A su vez, las condiciones de contratación de dichos medios —totalmente libres— presentan una amplia y heterogénea gama de conceptos y bases que hacen especialmente difícil la determinación de los costes económicos de difusión de una campaña publicitaria determinada.

9.4.8 Presión fiscal

La actividad publicitaria no es contemplada unitariamente y de modo uniforme en nuestra legislación fiscal, singularmente en el ámbito de la Administración local. A guisa de ejemplo, baste señalar que el 34 por 100 de las ordenanzas municipales de las capitales de provincia manejan indistintamente los conceptos, de diverso significado y trascendencia, de publicidad y propaganda. El 50 por 100 estima como sujeto obligado al pago de la exacción al anunciante. El 18 por 100, a los propietarios de los soportes y el 22 por 100 a la empresa de publicidad. Que el 76 por 100 fija el tipo de gravamen en función de la categoría de la calle en que se efectúan los emplazamientos y el 24 por 100 restante no establece discriminación de ningún tipo.

La multiplicidad, heterogeneidad e incluso imprecisión de las normas de naturaleza fiscal dificultan la actividad económica y de modo singular a las empresas que profesionalmente se dedican a la actividad de publicidad exterior.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

9.5 Objetivos

A la vista de los problemas examinados en el epígrafe anterior, que son los que se consideran prioritariamente más importantes, los objetivos del cuadrienio 1972-1975 han de tender a la supresión o atenuación de aquéllos.

Su sintética consideración determinará su contemplación y clasificación por sectores.

9.5.1. Anunciantes

El anunciante, a cuyo servicio se desarrolla la actividad publicitaria y merced al cual ésta tiene existencia y razón de ser, está especialmente interesado en la más perfecta clarificación del mercado de servicios. Tanto en lo que se refiere a las empresas que los prestan como en lo que hace relación a los medios a través de los que se difunden los mensajes publicitados.

A su vez, los anunciantes como tales tienen intereses comunes en el sector que se viene considerando, intereses comunes que justifican y aconsejan el fomento de su asociacionismo profesional.

Lo que antecede justifica, respecto de ellos, la consignación de los siguientes objetivos:

- a) Procurar un más perfecto conocimiento de la eficacia publicitaria de los medios de difusión y de las empresas de publicidad
- b) Fomentar la creación y desarrollo de asociaciones de anunciantes para la defensa de sus intereses específicos.

9.5.2 Agencias

Las agencias de publicidad, en cuanto empresas dedicadas profesionalmente en la creación, planificación y ejecución de las campañas publicitarias, están directamente interesadas en la observancia escrupulosa de los principios de libre competencia y en el reconocimiento práctico universal de su legitimidad para el ejercicio exclusivo y excluyente de la actividad que tienen a su cargo.

Desde otra vertiente, las agencias de publicidad que, por usos profesionales, responden principal y directamente frente a los medios del pago de sus tarifas, ven dificultada su marcha económica ante los obstáculos con que frecuentemente se encuentran al tratar de obtener fuentes ajenas de financiación. Dificultades que, en ocasiones, pueden determinar y de hecho determinan el colapso de dichas Empresas.

En base de la acabada de consignar, podrían resultar como objetivos convenientes, los siguientes:

- a) Procurar la eliminación del intrusismo profesional y de las prácticas constitutivas de competencia desleal.
- b) Controlar la participación de IBS personas físicas y jurídicas de nacionalidad extranjera en el capital social de las agencias españolas.
- c) Simplificar y unificar la normativa fiscal que incide sobre la actividad publicitaria.
- d) Facilitar la financiación de los presupuestos publicitarios.
- e) Determinar la organización y estructura empresa, riel más adecuada para el cumplimiento de sus fines.
- f) Ordenar los concursos para la prestación de los servicios profesionales, estableciendo bases generales para la celebración y ejecución de los mismos.

9.5.3. Medios

Los medios de difusión publicitaria y de modo singular los denominados de información, ejercen una directa y esencial influencia en el ejercicio de la actividad, que prácticamente no sería Pensable si no existieran tales vehículos de comunicación que pusieran en contacto al emisor y al receptor del mensaje publicitado.

Ahora bien, la importancia publicitaria de un medio está determinada esencialmente, por el alcance de su difusión y por las características socioeconómicas y culturales de sus lectores, radioyentes y televidentes. Datos estos cuyo veraz conocimiento es esencial en toda planificación de una campaña publicitaria.

En otro orden de cosas, es de todo punto aconsejable que, sin perjuicio de la libertad de fijación del precio de sus, espacios, éstos se ofrezcan al mercado publicitario de un modo normalizado tanto en su extensión como en su calificación a efectos económicos.

Ello justifica la formulación de los siguientes objetivos:

- a) Procurar el más perfecto conocimiento de su difusión.
- b) Procurar la normalización de sus tarifas publicitarias.
- c) Procurar la tipificación, de sus espacios publicitarios.

9.5.4. Profesionales

Los profesionales constituyen la pieza clave de toda la actividad. De su formación, tanto humana como técnica, dependerán tanto la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

corrección y legalidad de las campañas publicitarias como la honesta concurrencia en el propio mercado de servicios.

Objetivos claros y precisos lo constituyen el perfeccionamiento de la formación humana y técnica de los profesionales de la publicidad.

9.5.5. Consumidores

El consumidor, destinatario de la comunicación publicitaria, tiene un evidente e irrenunciable derecho a exigir que aquélla sea realizada en todo de acuerdo con las exigencias éticas, culturales y materiales de la Sociedad de la que forma parte.

Está realmente interesado en que la publicidad sea veraz, moral y socialmente sane. La elemental obligación de todo Estado responsable será la de cuidar y salvaguardar dichos principios y evitar que el instrumento de la publicidad se ponga al servicio de productos o actividades nocivas o peligrosas.

En base de todo ello, los objetivos propuestos son los siguientes:

- a) Evitar la difusión de mensajes publicitarios que por su fin, por su objeto, o por su forma ofendan, las instituciones fundamentales de la nación, lesionen los derechos de la personalidad, atenten al buen gusto o al decoro social o sean contrarias a las leyes, a la moral o a las biliarias costumbres.
- b) Cuidar que las ofertas hechas en forma de premios, regalos, sorteos, etc., a través de campañas promocionales, se materialicen en realidades en un todo de acuerdo con ellas.
- c) Evitar la publicidad de productos nocivos o peligrosos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- d) Promover y fomentar la asociación de los consumidores, en cuanto a destinatarios de la comunicación publicitaria, para la protección y defensa de sus intereses.

9.5.6. Instituciones

Actualmente existen tres instituciones básicas en el campo de la publicidad. La Junta Central de Publicidad, órgano de consulta y asesoramiento de la Administración en todas las materias relacionadas con la actividad, publicitaria, con la sola excepción de las de naturaleza económica. El Jurado Central de Publicidad que, sin perjuicio de la potestad sancionadora de la Administración, tiene a su carga el conocimiento y sanción de las presuntas violaciones de los principios generales de publicidad, contenidos en el título 11 de la ley 61/1964, de 11 de junio, y el Instituto Nacional de Publicidad, organismo autónomo dependiente del Ministerio de Información y Turismo, a quien está encomendada la misión de impulsar el progreso técnico y artístico de la publicidad, mediante la realización de los pertinentes estudios y la documentación y difusión de todo lo relacionado con ello.

Tanto en la Junta como en el Jurado Central de Publicidad se integran, en la proporción reglamentariamente fijada, los profesionales al servicio de agencias o de medios, quedando marginados de aquéllos, por imperativa de la propia ley 61/1964, de 11 de junio, los anunciantes y los Consumidores.

A su vez, y en lo que se refiere a la propia Administración, la Subdirección General de Actividades Publicitarias, creada por decreto 836/1970, de 21 de marzo, constituye el órgano que, integrado en la Subsecretaría del Departamento, tiene a su cargo el ejercicio inmediato de la competencia que a él le atribuye el artículo 5.º de la ley acabada de citar en orden a la regulación de las condiciones necesarias para el

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

ejercicio de la actividad publicitaria y a la inspección y control de aquélla y de sus manifiestos.

La experiencia adquirida durante el tiempo de desenvolvimiento de aquellas instituciones y las exigencias actuales de robustecimiento del órgano administrativo que toma a su cargo la defensa de los intereses de la sociedad, hace de todo punto aconsejable la fijación de los siguientes

objetivos:

- a) Perfeccionar la organización e instrumentar adecuadamente los órganos de la Administración pública para el mejor cumplimiento de sus fines específicos en el ámbito de su competencia.
- b) Mejorar la interrelación entre la Administración y los órganos de consulta y jurisdicción profesionales.
- c) Fomentar las actividades del Instituto Nacional de Publicidad, mediante la dotación necesaria para el adecuado cumplimiento de sus fines.

10. Sistemas electromagnéticos de uso doméstico para la difusión de imágenes

10.1. Situación actual

1. Diversas industrias electrónicas europeas, norteamericanas y japonesas han logrado poner a punto durante los tres últimos años:

- a. Nuevos tipos de soporte de imagen y sonido, de reducido tamaño para el almacenamiento de programas de televisión y cinematográficas; y
- b. Nuevos aparatos de lectura que permiten la reproducción de tales programas. En algunos sistemas, esta reproducción puede efectuarse por la pantalla normal de un televisor de uso doméstico. Otros procedimientos requieren pantallas especiales, distintas y ajenas al televisor.

En el presente estudio sólo consideramos el primer caso. Los segundos guardan mayor parentesco con los proyectores cinematográficos o de diapositivas y por ello no son contemplados aquí.

2. Estos sistemas han empezado a ser lanzados al mercado o lo van a ser durante los próximos meses o años, a precios asequibles y en condiciones técnicas que permitan una fácil manipulación.

Su finalidad es la de disponer, en cada hogar, de un sistema que aporte al televisor fuentes suplementarias de programas, independientemente de la recepción de los difundidos públicamente por los organismos o empresas televisaras. Tales aparatos, combinados con grabadores de reducido tamaño —en los casos en que es posible este acoplamiento— sirven igualmente para registrar programas públicos de televisión y reproducirlos a la hora deseada por el usuario.

10.2. Variantes técnicas

1. Hasta el momento son cinco las soluciones técnicas adoptadas para el establecimiento de un sistema electromagnético de uso doméstico destinado a la difusión de imágenes. Sus diferencias se refieren a los tipos de imagen y sonido utilizadas (véase tabla X.1):
 - a. Sistema adoptado por las firmas Philips y Sony y que parece será también desarrollada por Grundig, Ampex, Aveco, Toshiba, Arvin, etc., de banda magnética reducida. Este procedimiento descansa en los fundamentos del «Videotape» (VTR) —Ampex o RCA— empleados profesionalmente por los organismos y empresas televisoras. Philips ha registrado a su procedimiento con el nombre de «Videocassette-Recorder» (VCR). De momento, los sistemas «Philips» y «Sony» se diferencian por el ancho de la banda (1/2 pulgada para «Philips» y 3/4 para «Sony»), pero existen grandes probabilidades de conseguir la compatibilidad de ambos procedimientos.
 - b. Procedimiento desarrollado por la OBS, «Electronic Video Recarding» (EVR), registrado sobre película de emulsión fotográfica de 8,75 mm., con banda magnética lateral para el sonido. Para la comercialización a escala mundial del «EVR», la OBS se ha asociado a la ICI británica y a la GIBA suiza. Este sistema, mediante acuerdos especiales, será fabricado por Rank en el Reino Unido, Basch en Alemania y Thomson en Francia.
 - c. Sistema «Selecta visión» ideado y desarrollado por RCA, de grabación sobre cinta de materia plástica (vinilo), con clave de imágenes tridimensionales y sonido grabado,

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

mediante rayo «lassen» (holografía). Este procedimiento es el más revolucionario. Aunque probablemente será el último en aparecer en el mercado, cabe esperar que, por su economía y múltiples aplicaciones, alcance grandes éxitos comerciales. El aparato lector, de coste inferior al «EVR» y algo menor al «Philips-Sony», requiere, únicamente, que el rayo rojo procedente de un «lassen» de baja potencia pase a través de la cinta para descifrar la señal y ser reproducida por la pantalla del televisor.

TABLA X.1

ESQUEMA DE LOS SISTEMAS MÁS IMPORTANTES Y CUADROS GRÁFICOS DE LOS MISMO

Sistema	Industria matriz	Soporte	PRECIO PESETAS		Tiempo	Peculiaridades
			Lector	Videograb.		
EVR	CBS	Film 8,75 mm	60.000	3.000/6.000	30/60	(1)
VIDEOCASSETTE	Philips-Sony	Cinta magnética	32.000	840/3.000	30/60	(2)
AEG TELEFUNKEN	AEG Telefunken	Disco polivinilo	10.000	300/ 500	14	(3)
SELECTAVISION	ROA	Laser sobre cinta vinilo	29.000	650	30	(4)
NORMENDE	Normende	Film Super 8	—	(5)	30/45/60	(5)

(1) El aparato lector podrá «pararse» a voluntad, permitiéndose la lectura de páginas enteras. Una carga puede recoger 150 libros de 300 páginas. ¿Es ésta la biblioteca del futuro?

(2) El precio inferior de las grabaciones corresponde a las cargas en blanco. Se facilita como accesorio una pequeña tele-cámara unida al aparato de lectura que hará entonces de grabador.

(3) AEG pretende que el disco no sobrepase en precio, en ningún caso, a un «long-play» de 33 revoluciones.

(4) Es muy probable que éste sea el último de los sistemas en ser lanzados al mercado.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

(5) Todavía no se conocen los precios, pero los de los programas serán, poco más o menos, los actuales de películas filmadas de Super 8. Los laboratorios cinematográficos que actualmente trabajan para Super 8, podrían cargar el material filmado por el aficionado en normales bobinas para proyectar o en cargas (cassettes) especiales para el lector Normende.

d. Procedimiento «AEG-Telefunken», de disco soporte e imagen y sonido, semejante al de los discos fonográficos.

Es el más económico de todos. Cada disco de cloruro de polivinilo tiene un desarrollo espiral de 3.000 surcos por pulgada¹ que debe girar no sobre plato alguno, sino sobre colchón de aire, a razón de 25 revoluciones por segundo² para acomodarse a la norma CCIR de televisión, de 25 imágenes por segundo y 625 líneas. Su principal ventaja es la

economía del lector (unas 10.000 pesetas) y de los discos (el mismo coste de un «long-play» de 33 r.p.m.). Su mayor inconveniente, de momento, es la corta duración del disco: 10/14 minutos.

e. Sistema «Normende», que utiliza película cinematográfica del tipo «Super-8». En síntesis, este procedimiento se asemeja al del telecine profesional de televisión. Un aparato lector transforma las imágenes cinematográficas en electrónicas susceptibles de ser reproducidas por la pantalla de un televisor.

El «Normende» permite el aprovechamiento por el usuario de las películas producidas por él mismo mediante cámaras de aficionado del tipo «Super-8».

¹ Un disco estéreo musical de 33 r.p.m. tiene 325 surcos por pulgada

² Igual a 1.500 r.p.m.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2. Los cinco procedimientos coinciden en facilitar una señal óptica o electromagnética a unos aparatos de lectura capaces de convertir la información recibida en imágenes que son reproducidas por la pantalla de un televisor normal, monocromático o de color. Sin embargo, los cinco sistemas son incompatibles por principio, sin que sea posible la normalización de todos ellos en «cassettes» semejantes a las sonoras. Sólo es posible la normalización, claro está, entre los aparatos de fabricantes que emplean el mismo sistema como Philips, Sony, Grundig, etcétera.
3. De momento, los fabricantes de los cinco sistemas incompatibles intentan situarse en el mercado internacional, aunque cabe prever para Europa y el Japón una mejor posición de arranque del sistema de banda magnética. En los Estados Unidos, por el contrario, ha adquirido mejor posición de arranque el sistema «EVR» de la CBS, por ser el primero lanzado al mercado.
4. Como es de suponer, ninguno de los cinco sistemas ha alcanzado su modelo final. Las empresas fabricantes confían en introducir innovaciones en sus respectivos productos para obviar algunos inconvenientes que aparecen en algunos sistemas, sobre todo si se los compara con otros.

Por ejemplo, el sistema «EVR», el más caro sin duda, tiene la ventaja, solo compartida, según parece, por el «Normende», de poderse parar a voluntad la lectura de una imagen. Esto permite recoger en un solo cartucho de media hora todas las páginas de 150 libros de tamaño normal (300 páginas por libro). Sin embargo, sólo el sistema «Philips-Sony» puede registrar un programa recogido del propio televisor y reproducirlo después o grabar escenas familiares o de recuerdo mediante una pequeña cámara opcional para ser también reproducida sin otro proceso posterior (laboratorio, empaquetado, etcétera).

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

5. La comercialización de cualquiera de estos cinco sistemas sólo puede ser concebida sobre la base de alcanzar cifras masivas de producción, lo cual supone, a su vez, la venta de programas a precios razonables. Al parecer, las marcas productoras de programas vídeo de uso doméstico estiman en 300 a 3.000 pesetas el precio de venta al público de un programa de treinta minutos de duración, según los sistemas. De esta cifra, la mitad cubrirá el coste de producción del programa, grabación y fabricación de la copia y del «cassette» o del soporte que corresponda, quedando el resto para la distribución y venta. El precio más alto es el del sistema «EVR».

En este orden, los sistemas «RCA» y «AEG-Telefunken» tienen una posición ventajosa sobre los promotores de los sistemas de banda magnética o cinta cinematográfica dado el menor coste del material de reproducción.

6. Con excepción de algunos grandes países como los Estados Unidos, Japón, Reino Unido y la República Federal Alemana, es difícil imaginar que los cinco sistemas hasta ahora en vías de desarrollo, puedan ser simultáneamente rentables. El mercado seleccionará tan sólo a uno o dos de los procedimientos, que serán los que adoptarán, aunque deba pagar «royalties», todas las empresas fabricantes de este tipo de aparatos electrónicos.

10.3. Problemas generales

Aunque se dice —y empieza a creerse— que la aparición de los nuevos medios electromagnéticos de reproducción visual y uso casero nos proporcionarán nuevas necesidades y afectarán a todos los sistemas de convivencia, educación y comercio, no existen, de momento, causas evidentes de las que puedan deducirse, con exactitud, las características de los problemas que ocasionará la irrupción de los nuevos sistemas en los mercados. Se hace preciso, pues, efectuar

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

previsiones de futuro con datos muy elementales, fundamentándose, eso sí, en la trayectoria general experimentada por la evolución de los medios audiovisuales che comunicación social durante los últimos años y especialmente de la televisión.

Las premisas que, con algunas reservas, pueden servirnos para formular conclusiones provisionales, son las siguientes:

1. Las industrias fabricantes de estos nuevos equipos se interesan, principalmente, en la venta de aparatos de lectura (reproductores), cuyo precio de venta al público, previsto por unidad, de cumplirse la producción imaginada, oscilará, según los sistemas, entre 140 y 850 dólares. Sin embargo, no puede darse una venta masiva de aparatos sin que existan programas susceptibles de ser reproducidos. Por tanto, toda industria fabricante de equipos está interesada igualmente en la producción de programas registrados.
2. La producción original de programas destinados a la reproducción electromagnética de uso, doméstico, será semejante, en líneas generales, a cualquier programa registrado producido por organismos de televisión en el momento actual (grabación magnética, kinescopio, «electronicam», etc.) o por la industria cinematográfica.
3. La lentitud de la producción de programas originales obligará a las empresas fabricantes a adquirir programas realizados por la industria cinematográfica y por productoras de televisión para atender la demanda en caso de materializarse a la expectativa existente.
4. La dificultad de producir programas de muy alto interés general, susceptibles de conservarse en una «videoteca» familiar, obligará a establecer sistemas de al quinar de programas a precios reducidos. Sobre este punto, la EVR, ha manifestado, que el

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- precia de alquiler de un «videocartridge» de su sistema oscilará alrededor de un dólar por día.
5. El interés principal de las empresas fabricantes radicará, como se ha dicho, en la venta de aparatos de lectura. Por la identificación de algunos de estas marcas con otras de receptores, es de prever la fabricación de aparatos de utilización conjunta por ejemplo, un receptor de televisión que lleve incorporado el aparato de lectura, mecanismos portadores de chasis, pequeña videoteca, etcétera.
 6. Para los sistemas que funcionan con banda magnética se ofrecerá a precios asequibles, como aliciente, la venta de pequeñas cámaras y registradores electrónicos de imagen, con lo que se puedan registrar programas propios y familiares tal COMO hoy se utilizan las «cassettes» sonoras de los magnetófonos y portátiles tipo «Philips» y «Sony» mediante un micrófono y una cinta en blanco. Las «cassettes» con cinta de imagen se venderán en blanco, a un precio no superior a las 350 pesetas unidad.
 7. Recogiendo los escasos datos disponibles, parece ser que los sistemas video-domésticos anteriormente reseñados, lanzarán sucesivamente sus equipos en los países de televisión muy avanzada hacia los años 1972 y 1973 para alcanzar una cifra de inversiones que, permita beneficios a partir del año 1980. La elección de estas fechas no es caprichosa; en algunos países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, etc., está cercana la saturación del número de receptores de televisión por hogar, lo que equivale a decir que, en principio, están atendidas las necesidades primarias de los telespectadores. Estos países disponen, además, de varias cadenas, televisión por cable, color, y, en definitiva, cuantas sugerencias se puedan sumar a un interés básico de la televisión. Alcanzado el punto de saturación, es razonable ofrecer nuevos alicientes al telespectador, siendo uno de éstos la posibilidad, para el propio usuario, de programar

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- personalmente sus horas de ocio ante el televisor. España y la mayoría de los países no se encuentran todavía ante esta circunstancia.
8. Del interés manifiesto de algunas empresas fabricantes de estos nuevos equipos en la producción de programas propios para promover su sistema video-doméstico, es buena muestra que la casa Philips, una de las empresas europeas más avanzadas en el desarrollo de sus equipos (VCR), haya tomado ya posiciones en los sectores de edición musical y de producción y distribución de programas televisados mediante amplias y recientes vinculaciones económicas con la casa editora Chappell —que es, con la Riccordi milanese, una de las primeras de Europa— y con la productora de programas de televisión Polytel de intensa actividad en el centro de Europa, Francia e Italia. Ni qué decir tiene que otras dos empresas fabricantes de material electromagnético de difusión de imágenes para uso doméstico están íntimamente relacionadas con la producción de programas televisados. La GBS, en cuanto a su cadena norteamericana y a sus intereses en numerosas empresas hispanoamericanas, y la RCA a través de su filial, la NBG, de características semejantes a la anterior.
 9. Más recientes son los acuerdos celebrados en Zurich entre algunas importantes empresas editoras europeas, para la constitución de una sociedad productora y distribuidora de videoprogramas «EVR», Bertelsmann Verlag (Alemania), Hachette (Francia), Editions Rencontre (Suiza), Mondadori (Italia), Bonniers (Suecia), VNU (Holanda) e International Publishing Corporation (Inglaterra). De otra parte, EVR ha otorgado licencias para la fabricación de aparatos de lectura a las sociedades Robert Bosch G. m. b. H. (Alemania), Zanussi (Italia), Rank Organization (Inglaterra), Thomson CSF (Francia) y Mitsubishi Hitachi (Japón), así como para la producción y distribución de sus videocartuchos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

(«telecartridges») a Videothek Programm G. m. b. H. (Alemania), Cadia (empresa formada por Ciba, Geigy y Editions Rencontre, de Suiza, y Mondadori, de Italia). En Francia, las negociaciones están en curso con Hechette.

AEG-Telefunken ha llegado a un acuerdo de fabricación de sus discos en el Reino Unido y el área de la libra con la DECCA inglesa.

10.4. Consideraciones en torno al interés de los programas de uso doméstico

A las reflexiones anteriores podemos añadir otras —sometidas, desde luego a revisión— relacionadas con la programación que pueda ser ofrecida por los fabricantes de los sistemas domésticos de videograbación:

1. Mientras la televisión pública dosifica los géneros y tipos de programación, presentando, en cada caso, lo que pueda ser de mayor interés colectivo para los telespectadores, dentro de determinados principios, es evidente que la autoprogramación por parte de los usuarios estará en el futuro constreñida a tan sólo los programas que específicamente llamen su atención. Pero, por ello mismo, es difícil imaginar que puedan encontrarse millares de compradores interesados en una misma programación familiar. Es más razonable pensar que sólo podrán generalizarse programas estandarizados, diferentes de los de la televisión pública, en establecimientos o colectividades que dispongan de televisión en circuito cerrado (urbanizaciones, hoteles, etcétera).
2. Pese a todo, parece admisible que algunos programas puedan ser alquilados masivamente para proyectarse en familia o en reuniones algo más amplias que la familiar: grandes espectáculos, selección de acontecimientos, programas especializados, etc., tal

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

como sucede actualmente con el «Super-8» o antes ocurrió con el «Path&baby». En este tipo de programas probablemente aparecerán historias inéditas en el cine de aficionados, tales como combates de boxeo célebres, jugadas de fútbol, biografía de personales, actuaciones de cantantes, documentales para turistas, etcétera.

3. Más aliciente y mercado tendrán programas especializados que encuentran difícil o reducido acomodo en la programación actual de la televisión pública, pensada siempre para audiencias mayoritarias. Sirvan de ejemplo los dibujos animados y otros programas especiales para niños y las realizaciones dedicadas a filios «hobbies» (filatelia, numismática, astronáutica, cocina, viajes, cuidados de la casa, etcétera).
4. Sin embargo, la programación más importante será la referida a la enseñanza: cursos de idiomas, bachillerato, especialidades universitarias, lecciones de los grandes maestros, etc., que no sólo serán adquiridas por centros docentes para difusión, en sus aulas, en circuito cerrado, sino también por los propios estudiantes que podrán oír y ver determinada lección una y otra vez. Por lo mismo, es de prever la supresión de la televisión escolar emitida por la televisión pública.
5. Es posible que la aparición de los nuevos medios domésticos de programación televisada, pueden restar eficacia a la televisión pública en cuanto a sus fines culturales, políticos o sociales, así como ocasionar una pérdida en el impacto hasta ahora ejercido sobre la opinión pública, al reducir el número de telespectadores. De darse este supuesto y al disminuir el mercado publicitario de los organismos y empresas de televisión que cuentan con la publicidad como única o preferente fuente de ingresos, deberían producirse difíciles situaciones económicas. Pero, de momento, aquella posibilidad y estos efectos están considerados como escasamente probables y muy remota. Para llegar a esta

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

situación sería preciso que las industrias fabricantes de equipos de imagen de uso doméstico y productoras de programas para los mismos, invirtieran cantidades enormes no ya en la producción de nuevos programas sino, además, en la desviación de la atención de los telespectadores mediante la contratación en exclusiva de las principales figuras de la televisión: cantantes famosos; orquestas y directores de orquesta; espectáculos populares (olimpiadas, campeonatos mundiales o de Europa de fútbol), y otros, tal y como intentó, sin éxito, la Pay-TV (Televisión de pago, en circuito cerrado, dial Reino Unido) o, en los Estados Unidos, con la transmisión, por circuito cerrado, a salas cinematográficas de los últimos Campeonatos del Mundo de boxeo de peso pesado.

No obstante las dificultades de alcanzar esta situación, la CBS y la Philips se encuentran ya operando en este terreno de la exclusiva.

6. En todo caso, parece evidente que la producción de videograbaciones para sistemas de televisión, doméstica, ocasionarán un considerable aumento del coste de la, producción de los programas convencionales de la televisión pública por la competencia del nuevo medio y por las exigencias de autores, guionistas, artistas y técnicos especializados.
7. No es arriesgado suponer que para alcanzar las cifras masivas de producción exigidas para la rentabilidad del nuevo medio, las empresas productoras de videograbaciones de uso doméstico "intenten satisfacer los deseos de algunos sectores de público de televisión hasta ahora insatisfechos por la programación convencional, más allá de las puras especialidades, aficiones o preferencias de los telespectadores. En este campo, y, además de la producción de grabaciones para minorías especializadas, es de imaginar la frivolización de los programas musicales, la realización de programas dramáticos de contenido moral dudoso y la aparición de programas que, hasta ahora, no han tenido cabida en la televisión pública (pornografía, difusión de ideas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

políticas marginadas, exposición de problemas escabrosos, biografías de líderes de la juventud, extrema violencia...).

En este sentido es evidente que, en la mayoría de los países, los programas de uso doméstico estarán sometidos a control de la Administración, pública a través de órganos especializados. Este control afectará a los problemas relacionados con la importación, fabricación, distribución y venta, sea desde el punto de vista puramente administrativo o económico o sea en el cuidado y vigilancia de los contenidos, en consonancia; en este último caso, con la legislación y usos vigentes en cada país para otros medios de comunicación social.

8. En cuanto a la industria cinematográfica, la aparición de los nuevos medios de grabación y reproducción de imágenes traerá consigo, probablemente, un replanteamiento de la distribución y exhibición de películas cinematográficas. Hasta ahora han fracasado —tal vez por su timidez y por la escasa colaboración encontrada en los organismos y empresas de televisión los intentos de emplear las técnicas electromagnéticas conocidas en la reproducción de programas de televisión en grandes salas cinematográficas (procedimientos «Eidophon» y «Telemegascope», entre otros). Sólo se exceptúan algunas emisiones tan especiales y extraordinarias como los campeonatos del mundo de todos los pesos, transmitidos en circuito cerrado a grandes salas con receptores de pantalla gigante, y los experimentados con éxito en Méjico, con ocasión de los campeonatos mundiales de fútbol. La combinación de los nuevos equipos de registro y reproducción de programas con los ya conocidos aparatos de pantalla, gigante podría revolucionar, en cierta manera, la industria cinematográfica, siquiera sea por la notable y previsible reducción de los costes de distribución, tráfico y exhibición de programas, así como por la agilidad y variedad de contenidos que podrán ser ofrecidos al público.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

9. En cuanto a la producción y distribución cinematográfica, nada impide que ambos sectores se beneficien hasta el máximo de la introducción de las «videocassettes» en España.
10. Tal vez la nube más oscura se cierna en la década de 1980 sobre la televisión pública y la exhibición cinematográfica. En este decenio pueden estar ya desarrollados sistemas de distribución de programas de televisión por cable en combinación con centros de programas capaces de enviar, hasta una, pantalla casera de televisión un programa escogido a voluntad por el usuario. Estos centros de programación dispondrán de amplias videotecas o discotecas de imagen, que, mediante procedimientos semejantes a los tocadiscos de carga múltiple, situarán una «videocassette» o disco ante un aparato lector por procedimientos electrónicos y mecánicos. Bastará con marcar, por disco o por teclas, un determinado número —el de le central de programas— y, a continuación, el que corresponda al programa que se desea ver para que, automáticamente, gracias a la acción de una computadora, reciba, ese mismo usuario, por cable coaxial —el mismo que le lleva otros programas de televisión por cable— el programa escogido. Algunas empresas dedicadas a la fabricación de elementos de distribución por cable (la JERROLD, de los Estados Unidos, por ejemplo), estudian ya esta posibilidad.

10.5. Reacción previsible de la industria cinematográfica y de la televisión publica

1. De darse los casos extremos apuntados anteriormente que pueden repercutir en el desarrollo de la industria cinematográfica, es razonable pensar que las empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras cinematográficas intenten tomar posiciones con vistas a:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- a. Beneficiarse del nuevo sistema.
 - b. Compensar los posibles perjuicios que puedan ocasionar.
2. Los beneficios de la aparición del nuevo sistema pueden alcanzar:
 - a. A las productoras, por su «stock» de material, como han beneficiado la televisión al adquirir por altos precios los derechos de proyección de largometrajes, documentales, material educacional y de archivo, dibujos animados, etc., ya explotados en salas cinematográficas, así como realizando programas especialmente para ser distribuidos en videograbaciones.
 - b. Al personal técnico y artístico profesional de la cinematografía que puede encontrar en la producción de programas con destino al uso doméstico nuevas fuentes de actividad y de ingreso.
 - c. A los distribuidores que consigan participar en la distribución del nuevo material.
3. La reacción previsible de la exhibición cinematográfica para compensar los efectos de la nueva competencia apunta hacia el empleo de técnicas de proyección masiva mediante pantallas tipo «Eidophon», y programación exclusiva de la sala o en circuito cerrado para varias salas. Es de esperar que, aparecidas en el mercado las «videocassettes» de entretenimiento las actuales redes de distribución y exhibición cinematográficas conserven programas en exclusiva o con preferencia cronológica de exhibición. Cabe prever que las empresas matrices más importantes de la Industria cinematográfica no vendan la totalidad de sus «stock» ni comprometan su producción futura sin contar con redes propias de distribución semejantes a las actuales

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

existentes para la cinematografía. Esta distribución llevaría pareja la exhibición, exclusiva de estos programas en salas públicas.

4. En cuanto a la televisión, cabe que los organismos mundiales de televisión se dancen a la guerra de exclusivas, mejoras de programación, etc., para presentar una fuerte competencia a las videograbaciones domésticas intenten colaborar con las empresas productoras de videograbaciones mediante asociación de capital, venta de programas, etcétera. En este campo no, pueden despreciarse los avances de la televisión asegurados para los próximos años, tales como un considerable incremento del intercambio de programas, a escala mundial, mediante la utilización de nuevos satélites de telecomunicación con múltiples vías reservadas a la televisión; la creación de satélites de distribución de programas para grandes áreas (emisoras geoestacionarias cuyos programas serán directamente recibidos por antenas comunitarias o colectivas de bajo coste), profusión de transmisiones en directo con las que no puedan competir los sistemas de uso doméstico, etcétera.
5. De hecho, los organismos de Televisión han reaccionado ya ante la próxima aparición de los medios de programación televisada de uso doméstico; unos, como la NBC y la CBS, vinculándose a ellos, y otros, estudiando sus posibles consecuencias. En este sentido, destacan las reuniones de distintas comisiones de la Unión Europea de Radiodifusión en Zagreb (16-19 de octubre de 1970), Estocolmo (octubre de 1970), Londres (abril de 1971) y Torremolinos (23-26 de abril de 1971) con objeto de familiarizarse con los distintos sistemas de reproducción audiovisual e intercambiar contactos orientadores entre los miembros de la Unión; sin embargo, es difícil la adopción de conclusiones definitivas, a causa de la variedad de legislaciones nacionales y

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

posiciones de principios de los organismos de Televisión (por ejemplo, la BBC y la ITV británicas venden ya programas a la compañía EVR, de la CBS; Suiza intenta crear una sociedad con la participación de la SSR para explotación del sistema «EVR», de la CBS, la RAI, con sus filiales ERI, de ediciones, y SACIS, de comercialización de programas, proyecta igualmente situarse ante el futuro de las videograbaciones de usos doméstico, etc.).

6. Asimismo, el tema de la posible competencia entre estos sistemas y la Televisión se ha tratado en la Primera Conferencia Internacional de «Videocassettes» que se celebró en Cannes (18-23 de abril de 1971), organizada por Billboard Publications Inc. A esta conferencia han asistido 600 delegados y 300 periodistas que presenciaron la exhibición de los sistemas más importantes ya citados excepto el «Selecta Vision», de RCA. Los asistentes a la conferencia mostraron gran interés por todo lo que concierne a las «videocassettes», sin embargo, quedó bien patente que la proliferación de los sistemas de distribución de televisión por cable con sus grandes posibilidades de selección de programas puede constituir una competencia de los sistemas de «videocassettes» digna de tenerse en cuenta. Por otra parte, es opinión común que la multiplicidad de sistemas y la completa falta de compatibilidad entre ellos es un gravísimo obstáculo para su desarrollo.

10.6. Resumen

Todo lo escrito puede resumirse en la siguiente forma:

1. La aparición en el mercado de videograbaciones para uso doméstico empleando la pantalla de un televisor normal, es ya una realidad en los Estados Unidos y lo va a ser en el resto del mundo en los próximos años.

De los cinco sistemas actualmente existentes, sólo uno o dos de ellos será el definitivo. El público decidirá. Sin embargo, parecen contar con superiores posibilidades los sistemas «EVR», de la CBS, «Selecta Vision», de la RCA, y los europeos y japoneses de banda magnética. La lucha más enconada se producirá en los Estados Unidos entre los procedimientos «CBS» y «RCA», vinculados a dos empresas hasta ahora fuertemente antagónicas en el campo de la televisión (cadenas CBS y NBC).

2. En Europa, se libra actualmente una sorda batalla entre el sistema «EVR», de la CBS, y el procedimiento de banda magnética, difundido principalmente por la Phillips, que arranca de una posición muy ventajosa en el mercado de las «cassettes» sonoras y, con suficiente prestigio, por tanto, para lanzarse con éxito a una nueva empresa. La adopción de sistemas semejantes al de la, Philips por las firmas japonesas, fortalecerá en Europa y Asia el procedimiento de banda magnética.
3. Un nuevo argumento en favor del sistema de banda magnética —teóricamente compatible para los usuarios de aparatos contruidos por diversas marcas— radica en su posible acoplamiento a aparatos de grabación de aficionados (cámaras electrónicas del tipo vidicón, muy manejables, de escaso peso y reducido precio). Con los materiales adicionales necesarios que podrán costar, en conjunto, no más del precio de un televisor normal, el usuario podrá no sólo reproducir en la pantalla de sus televisores programas ajenos, sino también los propios.
4. Es improbable, de momento, una crisis de la televisión pública por la comercialización y masificación de los sistemas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

electromagnéticos de uso doméstico para la difusión de imágenes.

No obstante, filios organismos y empresas de la televisión mundial toman posiciones ante el nuevo hecho para participar en lo que se adivina como nuevo y gran negocio, sea en la fabricación de aparatos lectores, sea en la producción de videograbaciones, o sea en la venta de sus propios programas a los fabricantes y distribuidores de videograbaciones domésticas.

5. Los primeros mercados a satisfacer por las videograbaciones domésticas serán las universidades y otros centros de enseñanza; las bibliotecas públicas que crearán videoteca, añadidas a sus actuales bibliotecas, fonotecas y filmotecas; los espectadores especializados, interesadas en programas a los que la televisión pública sólo puede dedicar una parte reducida de su programación y, en último caso, como excepción, a quienes pretendan acomodar rigurosamente a sus gustos personales el tiempo de ocio.
6. Tampoco parece, que en un inmediato futuro la industria cinematográfica sufra consecuencias distintas de las previstas para televisión. Sólo el sector de exhibición puede resultar perjudicado si no acomoda sus técnicas de proyección a las nuevas exigencias. Otros sectores de la cinematografía pueden resultar beneficiados.

10.7. La situación en España

10.7.1. Perspectivas

Es opinión generalizada que la irrupción a plazo aún no exactamente determinable en el mercado español de los sistemas domésticos de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

reproducción audiovisual influirá en las estructuras técnicas, económicas, culturales y sociológicas del país, imponiéndose a causa de ello, la adopción de medidas que prevean y encaucen, en el sentido más adecuado para los diversos sectores implicados, el impacto producido por estas modernas técnicas.

Sin embargo, pese a la probable trascendencia de las técnicas mencionadas, en el momento actual no es posible la elección de vías concretas al respecto, habida cuenta de falta de nitidez que aún presentan algunas facetas fundamentales del hecho tecnológico comentado, a causa de la inmadurez de los distintos sistemas en concurrencia, lo que hace previsible que su generalización en la sociedad española no se produzca de manera inmediata. No obstante haber promovido determinadas empresas interesadas en estos sistemas, sus productos en algunos sectores oficiales, el mercado español de aparato receptores de televisión no ha alcanzado por ahora un grado de saturación semejante a la de otros países, circunstancia que aleja la posibilidad de una próxima concurrencia con la Televisión pública y la industria cinematográfica.

10.7.2. Normativa

Para enmarcar jurídicamente el desarrollo de estos nuevos sistemas de reproducción audiovisual, ha sido sancionado el 21 de enero de 1971, un decreto por el que se regula el visado y la autorización previa a la reproducción y difusión del material audiovisual susceptible de ser reproducido en la pantalla de un aparato receptor, confiriendo la competencia para la realización de tal cometido al Ministerio de Información y Turismo, sin perjuicio de las que puedan corresponder a otros Departamentos. Este decreto esboza las líneas directrices que han de presidir un posterior desarrollo normativo pormenorizado.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

10.7.3. Incidencias en la industria nacional

En España existen en la actualidad industrias familiarizadas con la fabricación de registradores magnéticos, lo que haría fácilmente asimilable la fabricación de equipos basados en tales sistemas, posibilitando la aparición de prototipos españoles, cuya consolidación, unida a la proliferación de programas producidos por entidades españolas, supondrían La ampliación del horizonte industrial español y un factor de influencia cultural en los países de habla hispana.

11. Resumen de actuaciones

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

11.1. Objetivos y actuaciones

11.1.1. Prensa

Se apoyará la inversión en el sector a través de diversas medidas, entre ellas el crédito oficial a través del Banco de Crédito Industrial, para ayudar a la financiación de la inversión necesaria para la modernización del equipo e instalaciones de las empresas del sector.

Igualmente para ayudar a la reestructuración del sector, a la modernización del equipo e instalaciones de las empresas y a la mejor distribución de la prensa en el país y en el extranjero, el Ministerio de Información y Turismo podrá conceder, con cargo a sus presupuestos, subvenciones y préstamos reintegrables.

11.1.2. Agencias informativas

Para potenciar la acción exterior de la agencia EFE, teniendo en cuenta las ampliaciones aconsejables de sus instalaciones y red de comunicaciones, el volumen de inversiones a financiar con subvenciones procedentes del presupuesto general del Ministerio de Información y Turismo, dentro del programa de inversiones públicas, asciende a 340 millones de pesetas en el cuatrienio.

11.1.3. Televisión

Extensión de la primera cadena, mediante la correspondiente ampliación de la red actual de emisoras, enlaces y reemisoras, hasta alcanzar una cobertura real de un 90 por 100 de la población española.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Extensión de la segunda cadena, mediante la ampliación de la red actual, hasta alcanzar una cobertura real del 70 por 100 de la población española.

Renovación de la red actual, tanto en lo que respecta a mejoras sustanciales en la infraestructura, como a la sustitución de aquellos equipos que vayan superando los plazos previstos de amortización.

Renovación de los Medios técnicos de producción de programas en, blanco y negro, con la sustitución de aquellos equipos que vayan cumpliendo, los plazos previstos de amortización, manteniendo e incluso ampliando las posibilidades actuales de producción.

Ampliación con nuevos estudios, unidades móviles y, en general, con todo el material y equipos necesarios, de las actuales posibilidades de producción de programas, teniendo en cuenta, que aunque no se haya tomado una decisión definitiva respecto a la adopción de un determinado sistema de televisión en color, Televisión Española debe tener prevista a corto plazo su implantación y, al mismo tiempo, hacer frente a las necesidades actuales de programas en color para los intercambios internacionales.

11.1.4. Radiodifusión estatal

Extensión de las zonas de servicio de los diversos programas de Radio Nacional de España, tanto de los que están destinados al interior del país y que utilizan las redes de Onda Media y Frecuencia Modulada, como de los dirigidos al exterior y que se sirven de las emisoras de Onda Corta.

Elevación de la calidad de las emisiones mediante la puesta en servicio de nuevos centros de producción, la modernización de los que se

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

encuentran anticuados o envejecidos, la incorporación de nuevos equipos de concepción más moderna y de mayor eficacia y la creación de un Centro de medidas y supervisión para asegurar el correcto funcionamiento de las redes.

11.1.5. NO-DO

Renovación y puesta al día del material cinematográfico de NO-DO y la ampliación de sus locales.

11.1.6. Facultad de Ciencias de la Información

Construcción y equipamiento de la Facultad de Ciencias de la Información, para lo que está prevista una inversión pública de 300 millones de pesetas.

11.2. La inversión pública

La inversión pública programada en el cuatrienio asciende a 5.343,4 millones de pesetas, según la distribución por conceptos y agentes ejecutores que se detallan en la tabla XI.1. Afectan, también a este sector los 300 millones de pesetas con destino la Facultad de Ciencias de la información, que se consigna en el programa de inversiones públicas, en materia de enseñanza.

TABLA XI.1

PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS

(Millones de pesetas)

SECTORES	Presupuest o del Estado	Organismos autónomos	Corporaciones locales	Financiación exterior	Total
Televisión	2.700,0	800,0	—	—	3.500
Radio	880,7	—	—	—	880,7
NO-DO	122,7	—	—	—	122,7
Agencias informativas	340,0	—	—	—	340,0
Editora Nacional e imprensa	500,0	—	—	—	500,0
Total	4.543,4	800,0	—	—	5.343,4

12. **Acción cultural**

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Nos encontramos inmersos en un mundo cuya característica primordial es el cambio tecnológico. Este cambio tecnológico exige por parte de todos un vigilante y permanente esfuerzo en el campo de la educación.

Sin embargo, no se puede confundir el sector de la cultura con el sector de la educación propiamente dicha. Cada vez más, ambos sectores, más que los círculos concéntricos, en donde el sector de la cultura encierra al de la educación, son los círculos que se interceptan y que sólo tienen una parte común.

Ambos sectores son hoy imprescindibles para una formación integral del hombre.

Porque si bien la educación, tanto en su sentido tradicional como en el concepto moderno de educación permanente hacen posible un enfrentamiento victorioso del hombre con el cambio tecnológico, la preparación cultural, en cambio, hace posible que, por un lado, los hombres encuentren y puedan dar sentido a este mundo cambiante, y, por el otro, que se puede verificar realmente el cambio con nuevas invenciones.

La invención sobre la que descansa cualquier tipo de mejora técnica y cambio sólo es posible en aquel medio social que posea un alto nivel cultural. Y esto es así porque la unidad íntegra del hombre queda desequilibrada si una especialización acentuada en cualquier campo del conocimiento no es compensada por una suficiente preparación cultural.

Por ello las inversiones dedicadas al campo de lo expresamente cultural no pueden ser consideradas hoy como marginales o secundarias. Son absolutamente necesarias precisamente para mantener un grado de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

desarrollo cuyo primer salto hacia adelante ya se ha realizado en nuestro país.

En otras palabras, la permanencia y el desarrollo de una unidad económica determinada depende, entre otras variables, de la altura cultural media lograda por el conjunto social que compone esa unidad económica. Existe una dependencia funcional entre el nivel cultural de un pueblo y su capacidad de investigación.

España ha llegado ya a un grado de desarrollo económico, que obliga a planear el futuro modificando en parte las premisas de los anteriores planes de desarrollo. Las necesidades inmediatas, especialmente en sus aspectos de producción, y de distribución de bienes, deben de pasar a ocupar un lugar de menor preferencia que aquellas otras necesidades de aspecto más general y humano (por tener como directo receptor al hombre mismo), y cuya atención va a permitir desarrollar nuestra capacidad de invención, sin la cual todo crecimiento económico, se encontrará en poco tiempo paralizado. Y, repetimos, la base de la invención es la cultura.

La situación presente de creciente prosperidad económica, se debe en gran medida al éxito de los planes de desarrollo que han ordenado la enorme capacidad de esfuerzo de nuestro pueblo. Sin embargo, el sector cultural es un sector claramente deficitario en comparación con:

- otros países de mayor desarrollo económico
- otros sectores del conjunto nacional español

Hay que corregir esta situación. El éxito del III Plan de Desarrollo y de los siguientes, de los que éste será su basamento, depende en gran medida de que se hayan puesto ya los cimientos de un adecuado desarrollo cultural en nuestra nación.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Para ello son precisos medios. Las inversiones que en este campo se realicen tendrán una rentabilidad muy acentuada:

- Primero, porque revertirán directamente en el campo de una formación integral humana, cuyo resultado inmediato es la invención, motor del desarrollo.
- Segundo, porque nuestra proyección exterior no quedará así encerrada en una pura tensión económica, sino que tendrá el justo sentido cultural, con lo que se seguirá la gran línea histórica de nuestro pueblo, que puede vanagloriarse de haber sido uno de los grandes pueblos difusores de cultura.

Antes de entrar en el análisis de las acciones concretas a realizar por el III Plan de Desarrollo, dentro del ámbito de la acción cultural, que se considera en este capítulo, se quiere hacer constar la insuficiente coordinación existente en esta materia, debido, en gran parte a la inexistencia de un organismo centralizador de todas las actividades de contenido cultural, tanto emanadas de los propios centros oficiales como actividades privadas sobre las que el Estado realiza una función de estímulo y protección.

Por otra parte, es necesario resaltar el hecho de que las materias tratadas en este apartado tienen un carácter residual, ya que por una parte, del contenido general de la acción cultural, que es de la competencia de la Dirección General de Cultura Popular y Espectáculos, se han tenido que ir eliminando todas aquellas materias tratadas en capítulos posteriores (teatro, cinematografía, espectáculos, varios, libro, disco, etc.), y por otra parte, todas aquellas materias que están atribuidas a otras comisiones del Plan de Desarrollo. Además se incluyen en este capítulo las acciones culturales a realizar por la Dirección General de Relaciones Culturales, y de la Delegación Nacional de Cultura.

12.1. Acciones a realizar en el cuatrienio 1972-1975

12.1.1. Dirección General de Cultura Popular y Espectáculos

1. Creación de centros culturales en áreas urbanas periféricas

Una de las recomendaciones de la Conferencia sobre Políticas Culturales, celebrada en Venecia durante los meses de agosto y septiembre de 1970, señaló el hecho, de que teniendo en cuenta que con frecuencia los grandes medios de información (especialmente Televisión y Radio) sólo estimulan la participación pasiva, ello ha de ser contrarrestado por medios tales como clubs y centros culturales, exposiciones ambulantes, representaciones teatrales y conciertos musicales fuera de las ciudades donde están situados la mayor parte de las instalaciones culturales.

Estos centros podrán cumplir un importante papel en la elevación del nivel cultural de poblaciones marginadas socialmente y a la vez ser instrumentos al servicio de la necesaria elevación del nivel intelectual que exige el actual desarrollo económico del país. Una vez que sea dispuesta la creación, de estos centros mediante la necesaria dotación económica, la organización y funcionamiento de los mismos habrán de acoplarse a una inevitable finalidad pedagógica y de auténtica divulgación de la cultura que está viva hoy en el mundo.

Durante los cuatro años que cubre el III Plan de Desarrollo se crearán los centros culturales en Madrid, dos en Barcelona y dos en Valencia. La creación de estos centros servirá como modelo para los que se habrán de constituir en años consecutivos en todas las poblaciones españolas que cuenten con una población

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

numerosa que se encuentre en la situación de marginación cultural antes mencionada. Estos centros culturales, regidos por personal especializado, desarrollarán, un tipo de actividad específico, consistente especialmente en la celebración de conciertos, exposiciones, representaciones teatrales, proyecciones cinematográficas, conferencias de divulgación, etc., además de

todo ello se dedicará especial atención a la educación de adultos y a la enseñanza de actividades manuales y artísticas, incluyendo asimismo la celebración de fiestas y reuniones de participación colectiva.

2. *Sostenimiento de centros culturales ya existentes.*

Las aportaciones económicas a centros culturales ya existentes (ateneos, casas de la cultura, etc.) son la única vía posible para conseguir la revitalización de los mismos, ya que en la actualidad la escasez de fondos los condena en la mayoría de los casos a quedar reducidos a centros con una escasa y poco interesante actividad cultural. No hay que olvidar, por otra parte, que la acción cultural de los organismos oficiales se cumple no solamente a través de, sus propias dependencias, sino también mediante el apoyo a entidades privadas que pueden llevar a cabo una interesante actividad cultural.

3. *Promoción de la pintura y la música.*

Para el adecuado desarrollo cultural popular, es conveniente intensificar las campañas de programación de la pintura y de la música mediante los siguientes tipos de actuaciones:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- a. Exposiciones itinerantes de los grandes maestros de la pintura y de las nuevas corrientes de vanguardia.

Con ello se atiende a las constantes solicitudes por parte de numerosos centros culturales que desean mostrar una pintura de calidad a la gran mayoría de la población que no tiene acceso a la misma.

Es necesario puntualizar que una exposición, para que sea verdaderamente pedagógica y didáctica para unos espectadores no iniciados tendrá que ir acompañada del necesario material introductorio, a semejanza de los museos y exposiciones norteamericanos, donde de forma clara, sencilla y descifrable se desvelan manifestaciones que de otra manera permanecen lejanas e incomprensibles para un público que puede abandonar la exposición con un innecesario complejo de inferioridad. Huelga decir que ante, la imposibilidad de transportar en estas exposiciones itinerantes, que abarcarían numerosos y alejados puntos, los originales de las obras Maestras, se recurriría a las magníficas reproducciones que hoy se realizan.

- b. Promoción de valores pictóricos juveniles.

Mediante la creación de una exposición juvenil anual dotada de varios premios y concesión de alguna beca para jóvenes estudiantes de pintura.

- c. Campañas de divulgación musical.

Una de las mayores lagunas culturales del pueblo español es su falta de formación musical, paradoja poco

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

comprensible en un pueblo con una riquísima tradición de música popular. Por ello se desarrollarán unas campañas de divulgación musical. Existen actualmente en el país una serie de músicos especializados que dominan las nuevas técnicas de divulgación de la música a través de unos sistemas pedagógicos que hacen que la audiencia con menos experiencia en esta materia comprenda fácilmente las distintas formas de creación musical y su significado, creándose con ello una sensibilidad para esta forma de arte y una afición general a la música.

d. Ayuda económica a las orquestas sinfónicas.

La penuria económica de las orquestas sinfónicas existentes a lo largo de todo el país hace necesaria la intervención de los organismos oficiales como único medio para evitar la desaparición de muchas de estas agrupaciones que tanto hacen por la divulgación de la buena música.

Las acciones programadas por la Dirección General de Cultura Popular y Espectáculos exigirán la realización de una inversión pública de 92 millones de pesetas durante el cuatrienio 1972-1975.

12.1.2. Delegación Nacional de Cultura

La Delegación Nacional de Cultura, creada en razón de los fines señalados en el artículo 21 de la ley Orgánica del Estado, es responsable de la coordinación de todas las actividades culturales de la Secretaría General dial Movimiento y presenta en este apartado la exposición de unos gastos concretos que van a referirse a específicas actividades de cultura.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Las inversiones que se programan a continuación se refieren a actividades teatrales, a la creación de una orquesta sinfónica de la juventud española, a la creación de un ballet folklórico nacional, y a dotaciones para círculos «Medina» y clubs de arte «Alamo». Así como a la formación del censo cultural de España. La función de destacar, impulsar y crear desde abajo en definitiva las manifestaciones teatrales, tanto en su aspecto de estudio e investigación como en el sentido de impulsar las aspiraciones de jóvenes autores y directores, es básica para poder tener un, teatro pujante y que cumpla al propio tiempo la verdadera función difusora de cultura que le corresponde. Se hace imprescindible la creación de un instituto de estudios e investigaciones teatrales que recoja la elevada serie de iniciativas ya existentes, evitándose así falsas y negativas politizaciones de esta tan importante manifestación artística en la vida cultural de los pueblos.

Por otro lado, no se puede dejar pasar más tiempo sin que se empiece a sistematizar, con la creación de un ballet folklórico nacional, la ingente labor de recopilación, puesta al día estudio paciente y delicado, y la subsiguiente formación de cuadros populares folklóricos, coros y danzas, realizada de forma admirable por la Delegación Nacional de la Sección Femenina del Movimiento.

Un pueblo sin música es un pueblo sin futuro. Un pueblo sin música es un pueblo sin pasado. En este sentido, tan necesario es crear el ballet folklórico nacional cuyas bases se plantearán a través de las inversiones establecidas para, este cuatrienio, como la orquesta sinfónica de la juventud española, que hará posible que o nivel de concertistas jóvenes españoles se les pueda ir proporcionando su propio camino musical en un esfuerzo conjunto y de alto nivel de exigencia. Esta inversión recoge

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

y sigue con una línea de salida la positiva experiencia realizada por la Delegación Nacional de la Juventud a través de sucesivos certámenes y premios a los mejores concertistas juveniles.

Las restantes inversiones previstas en este cuatrienio por la Delegación Nacional de Cultura, vienen a reforzar la labor de los círculos «Medina» y permitirá la creación de los clubs de arte «Alamo», así como la realización del censo cultural de España.

Las inversiones programadas para el cuatrienio ascienden a 60 millones de pesetas.

12.1.3. Dirección General de Relaciones Culturales

La Dirección General de Relaciones Culturales tiene a su cargo la acción cultural de España, en el exterior, constituida básicamente por la enseñanza y expansión de la cultura y de la lengua española más allá de nuestras fronteras.

Parece innecesario insistir en una «filosofía» de la Enseñanza como instrumento político-económico. Conviene, sin embargo, recordar que es solamente allí donde se da el supuesto de un terreno abonado por el reconocimiento y prestigio de una cultura, en el que se desarrolla la integración económica o la penetración comercial.

En este sentido hay que subrayar que la Acción Cultural de España opera sobre una realidad definida y rigurosamente rentable, que viene dada por los siguientes hechos:

- La gran capacidad potencial de la cultura española como producto de la síntesis de los grandes ciclos culturales que lleva consigo: helenismo, latinidad, germanismo, arabismo, judaísmo y

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

americanismo. Las masas susceptibles de apertura encuentran en España un alto poder de sugestión.

- La pertenencia de España a Europa, su participación activa al acervo cultural formado por la civilización occidental y la necesaria incorporación de nuestro país a la comunidad europea de naciones.
- La existencia de unas comunidades de naciones —las hispanoamericanas y las árabes— con estrechos vínculos con España no suficientemente desarrollados todavía.
- La permeabilidad continental de África negra a nuestra acción cultural, con motivo de la aparición del «tercer mundo» en la vida política internacional y en donde resulta imprescindible intervenir en la formación de los cuadros dirigentes y en su desarrollo cultural abriendo las básicas vías de acceso por medio de la cultura y del idioma, cuyos frutos principales de naturaleza económica y comercial no se harán esperar.
- La difusión y defensa del idioma como uno de los tres más importantes del mundo, vehículo de relaciones internacionales y del comercio exterior.

Todo ello dentro del obligatorio marco de una imagen de España proyectada con la debida dignidad.

Las exigencias cada día más costosas y extensas derivadas de los compromisos culturales de carácter multilateral —a través de organismos internacionales, tales como la UNESCO y el Consejo de Europa— y bilateral firmados por España con países extranjeros, ya no pueden atenderse debidamente por la exigüidad de los medios financieros con que cuenta la Dirección General de Relaciones Culturales, de tal manera que en el futuro España tendrá que dejar incumplidos numerosos e importantes compromisos suscritos solamente

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

con el consiguiente desprestigio y detrimento de la figura de nuestro país en el extranjero.

De todo cuanto antecede se desprende la necesidad de que el III Plan de Desarrollo movilice por medio de la difusión de nuestro idioma y de nuestra cultura, favorecido por el alto poder de sugestión de nuestra potencial cultural, todos los recursos que contribuyen a la expansión político-económica. España es una gran potencia cultural que debe poner en marcha la capacidad económica inherente a esta privilegiada situación.

La Dirección General de Relaciones Culturales realiza su actividad cultural relacionada con el extranjero mediante centros culturales e institutos y dependencias culturales de las embajadas ubicados en importantes capitales del mundo, la difusión, de material cultural español en Universidades, Bibliotecas y otras instituciones extranjeras, el intercambio cultural de investigadores, catedráticos, universitarios, y misiones culturales, la realización de muestras culturales de la plástica y la música española, la organización, o participación en congresos internacionales.

Dada la naturaleza de las actividades reseñadas es obvio que la totalidad de su financiación no corresponde estrictamente al concepto más usual de inversión pública por lo que en el III Plan de Desarrollo sólo se contempla la realización de aquellas obras que implican el llevar a cabo unas inversiones fijas. En este sentido se programa para realización de aquellas obras que implican el llevar a cabo el cuatrienio 1972-1975 una inversión de 26,5 millones de pesetas distribuida entre las siguientes actuaciones:

- Nuevos centros culturales en Manila, Lisboa, Palermo, Viena, países árabes y escandinavos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Obras y arreglos de la Academia de Bellas Artes de Roma, Instituto Español de Londres, Instituto de Santiago, en Nápoles, Pabellón Bienal de Venecia, Biblioteca Española en París y en la Residencia de Relaciones Culturales.
- Nuevas instalaciones del Instituto Cultural de Roma.

12.1.4. Instituto de Cultura Hispánica

El instituto de Cultura Hispánica realizará con cargo al programa de inversiones públicas por un importe de 95 millones de pesetas las siguientes actuaciones:

- Construcción y mejora de diversos institutos en Hispanoamérica (Brasilia, Sao Paulo, Río de Janeiro, Buenos Aires, Méjico, Santiago de Chile, Quito, San Salvador y Lima).
- Construcción de un colegio mayor para universitarios y profesionales hispanoamericanos en Sevilla, en terrenos cedidos por su ayuntamiento.
- Instalación del Instituto de Cultura Hispánica de Barcelona.

13. Teleclubs

13.1. Nuevos condicionamientos

La experiencia adquirida en los cuatro últimos años con relación a objetivos del II Plan de Desarrollo en la que a teleclubs se refiere, permite ofrecer como conclusiones los puntos siguientes que sirven para condicionar la actuación ulterior dentro del III Plan de Desarrollo:

1. El teleclub, que empezó siendo un local para ver y discutir los programas de televisión, se ha convertido en el más viable sistema de formación cívica y de desarrollo cultural.
2. El teleclub viene a ser un lugar habitual de reunión, donde los problemas pueden plantearse y resolverse utilizando los medios normales de la dinámica de grupos que con una cierta consistencia y sistemática hacen a ese planteamiento especialmente eficaz.
3. Centros de interés. Los principales problemas que acucian al español de hoy y que el teleclub puede resolver con sus propios medios, se centran en los que se pueden llamar: interés profesional, interés formativo e interés cívico.

A todo español le interesa obtener la mejora progresiva de su medio normal de vida (trabajo, campo, ganado, etcétera). Mayor productividad.

Del mismo modo, todo, el mundo está inicialmente interesado en obtener un título o diploma que le permita obtener una posible colocación con mejor retribución. Mejor formación.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Y, por supuesto, todo el mundo se halla interesado en conocer, progresivamente mejor y en utilizar al máximo como ciudadano, las instituciones y organismos de la Administración municipal, provincial y central. Mayor civismo.

4. El teleclub, como institución permanente, permite en el ámbito rural perpetuar en el tiempo las enseñanzas que le son ofrecidas por las instituciones que «pasan» por el pueblo en determinados momentos y que deben abandonar el pueblo al cumplimiento de sus funciones.

Una de las más importantes de estas acciones viene realizada en los pueblos por los agentes de extensión agraria, de ordenación rural, que utilizan los servicios del teleclub en muchos casos y que pueden orientar la actividad del teleclub en sentido positivo en el orden agrario.

Los cursos del Servicio de Promoción Profesional Obrera y, en algunos casos, los de las Escuelas Sindicales de Formación Profesional Acelerada, pueden también completar su eficacia docente y profesional en el teleclub, permitiendo a sus socios continuar practicando lo que aprendieron.

Las cátedras ambulantes de la Sección Femenina, que en el mejor de los casos pueden repetir su asistencia a un pueblo a los quince o veinte años de haberle visitado por primera vez, cuentan con los teleclubs como depositarios de la enseñanza que periódicamente impartieron. En muchos casos las cátedras de la Sección Femenina promueven la creación de teleclubs y enseñan a los socios cómo funcionar.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La Organización Juvenil Española, a través de sus delegados locales, complementa del modo más natural su actividad con la de los teleclubs. En muchos casos, los teleclubs y el Hogar Juvenil comparten sus instalaciones.

Las delegaciones provinciales de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes cuentan con los teleclubs como medios de difusión de la práctica deportiva con el más optimista de los resultados.

5. Objetivos del teleclub. De los condicionamientos explicados en el párrafo anterior, pueden establecerse los nuevos objetivos del teleclub, de acuerdo con los puntos siguientes:

- Facilitar el contacto con el mundo cultural. El teleclub, entonces, puede completar la labor escolar no sólo en su aspecto de educación permanente, sino también como escuela de ciudadanía.
- En prácticamente la totalidad de España, el cambio necesario en relación con el modo tradicional de entender el trabajo, la agricultura, la ganadería y las industrias de todo tipo, exige modernizar a la gente para los necesarios cambios tecnológicos. Esta es una labor que en el teleclub se ha demostrado que obtiene la mayor eficacia.
- Cuando el hombre llega a la edad madura siente la necesidad de proveerse de una mejor formación personal y profesional, tanto para continuar en el pueblo como para obtener nuevos empleos en las ciudades.
- En manos del monitor del teleclub pueden utilizar las más modernas técnicas de dinámica de grupo y de desarrollo comunitario, logrando, la formación ciudadana más consciente y responsable para sus socios.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Son innumerables los casos en que el teleclub ha realizado de modo constante y sistemático el desarrollo del sentido comunitario de sus socios afrontando problemas, aportando soluciones y realizando obras de interés sociocomunitario, (pavimentaciones, carreteras, acometidas de agua, etcétera).
- El organismo comunitario de filios teleclubs permite abordar una responsabilización progresiva: de tareas que, empezando en las más fáciles y asequibles, acostumbre a los socios a afrontar las más completas y difíciles.
- El teleclub es, en último lugar, pero no el menos importante, el centro cultural donde el monitor realiza su tarea divulgadora de la cultura.

13.2. Número de teleclubs

Iniciada la creación de teleclubs en el año 1964, llegan hoy éstos a la cifra de 4.414, repartidos por toda España.

La razón de no cubrir los 5.000 que están previstos en el II Plan de Desarrollo es la de que, tanto la mecánica de los mismos como su contenido, ha obligado, al equipo de expertos de la red nacional a interrumpir a principios del año 1970 la construcción de nuevos teleclubs, con objeto de repetirse sistemáticamente las líneas de actuación.

1. Su propia profusión numérica y la cantidad de solicitudes de creación de nuevos teleclubs que han sido presentadas en la JCITE, demuestran que los teleclubs han venido a cubrir una necesidad hondamente sentida en España.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2. Ha sido necesario hacer una revisión de la Mecánica de creación porque el número ha desbordado las posibilidades de la mecánica administrativa con que se contaba.

13.3. Clases de teleclubs

La diversidad real objetiva existente entre todos los teleclubs de la red nacional, obliga a una diversificación funcional en varios grupos:

1. Teleclubs urbanos. El nivel socio cultural de las gentes que habitan en zonas urbanas y suburbanas, coinciden en gran medida, con la de las zonas rurales de donde proceden, puesto que en su cambio a la ciudad, la transformación sólo se experimenta en el nivel profesional y técnico. Los teleclubs urbanos, no obstante, por el contorno en que están situados, exigen un tratamiento especial en el que predomina la unión entre lo profesional y lo comunitario.
2. Los teleclubs comarcales están normalmente ubicados en centros de comarca económico-social, donde frecuentemente pueden afrontar la responsabilidad de atender en su actividad a otros menores de su contorno. Una especial significativa de los teleclubs comarcales la forman los teleclubs-tipo, que, constituidos en edificios adjudicados y dotados del mejor material, pueden cumplir su misión comarcal del modo más perfecto. Labor tutelar.
3. Otros teleclubs de la red nacional son exclusivamente municipales, ya que su radio de acción se extiende sólo a un lugar, pedanía o municipio con el exclusivo objeto de atender a los vecinos de dicho núcleo. Consumo de bienes culturales.

13.4. Los medios y actividades

En una escalada progresiva, los teleclubs han ido siendo dotados de los modernos medios de comunicación de masas de los que se disponía. Es

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

necesario hacer notar que la persistencia y perfeccionamiento de las dotaciones, determinarán, en una proporción, directa, los mejores resultados.

1. **Infraestructura.** En este orden, le ayuda que es necesaria prestar a los teleclubs es insustituible, porque ni los teleclubs más interesados y dispuestos a afrontar su construcción pueden hacerlo solos, dependiendo para las edificaciones de la JCITE, y para las zonas deportivas de la Delegación de Educación Física y Deportes.

El teleclub, al construirse, utiliza locales de la más diversa procedencia que, con la aportación de los socios, van siendo progresivamente adecuados a su función.

En este orden, los edificios de los que se dota al teleclub tipo son modélico, pero existen otros teleclubs cuyas instalaciones son de la mayor dignidad también.

Zonas exteriores. Muchos de los teleclubs de la red nacional acondicionan la zona exterior del edificio con jardines, parques, zonas escolares o de recreo que contribuyen a crear el ambiente adecuado para atención y recreo de sus socios.

Zonas deportivas. Cada vez más, los teleclubs se hallan interesados en promover la construcción de zonas deportivas de todo tipo, completando así la formación íntegra de sus socios.

2. **Material cultural.** Los medios técnicos audiovisuales pueden llegar al teleclub procedentes de diversas instituciones, pero es necesario que cuenten, con, la colaboración de diversos organismos, expertos en estas materias, que señalen los más convenientes en un momento determinado.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Bibliotecas. Es necesario saber que la biblioteca del teleclub está formada, según un nivel adecuado a las necesidades fundamentales de los socios del teleclub. Si éstos, el primer libro que cogen es absurdo, inútil o poco ameno, su buena intención de leer quedará defraudada e imposibilitada hacia el futuro.

Biblioteca básica. Formada eminentemente por un diccionario enciclopédico, un diccionario de lenguaje, una enciclopedia de la mujer, una enciclopedia infantil, un atlas, un globo terráqueo, Historia universal, el «Quijote» y un número no muy elevado, pero sí muy seleccionado, de obras teatrales. Son todos libros que pueden resolver una consulta inmediata.

Junto a estos, en relación con los agentes de extensión agraria de la comarca, los teleclubs reciben del fondo editorial del Ministerio de Agricultura, las publicaciones más adecuadas a su condición.

Bibliotecas complementarias. En aquellos teleclubs de tipo comarcal se suministra una colección de obras, ya no tanto de interés básico, sino de especial afición a la lectura en los órdenes literarios, artísticos, ensayos, etcétera.

Biblioteca RTV. Aprovechando las especiales condiciones de su publicación, todos los teleclubs de la red nacional están dotados de esta biblioteca que, como se sabe, abarca cien títulos del más diverso contenido.

Medios audiovisuales. El perfeccionamiento de las técnicas de medios audiovisuales ha permitido dotar a un porcentaje grande de teleclubs de distintos medios audiovisuales. En un futuro próximo se prevé que existe la posibilidad de disponer de sistemas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de video imagen por «cassettes», lo que resolverá uno de los problemas fundamentales con los programas televisivos, como es lo que ocurrirá al disponer de series completas que el monitor pueda reproducir a voluntad en su televisor el día y a la hora que convenga.

Proyectores de cine. Han sido adquiridos por la JCITE para los teleclubs, 436 proyectores «LCM», 50 «Debie», 50 «Marín», cuatro «Phillips», todos de 16 mm, dimensión en la que están realizadas las películas y los programas de televisión de que disponemos.

Proyectores de diapositivas. 436 proyectores «Enosa 300», 25 «Braun 46» y 25 «Kodak Carrousell SAV».

En este último año, la adquisición de proyectores de diapositivas se ha hecho por equipos sincronizables a magnetófono, con carga múltiple que permite una proyección automática de una hora y media de duración aproximadamente.

Magnetófonos. 436 magnetófonos «Kalsten», 100 magnetófonos «Philips».

Sincronizadores. 50 sincronizadores «Phillips», que permiten la grabación de impulsos en banda magnética en cuarta pista, permitiendo el cambio de diapositivas en los proyectores automáticos de modo sincrónico.

Amplificadores y columnas sonoras. En muchos de los teleclubs, la capacidad de los salones o la realización de actos al aire libre obligaba a utilizar equipos de ampliación capaces para un auditorio de unas 3.000 personas. Se han adquirido 50 equipos de ampliación «Philips» con columnas sonoras y seis altavoces.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Televisores. Todos y cada uno de los teleclubs de la red nacional han recibido un televisor de 23 pulgadas y de la más moderna fabricación, que permita la recepción, en las mejores condiciones, de los programas de Televisión Española.

Programas televisados. Desde 1968 se han mantenido en la programación de Televisión Español a los programas teleclub «Ventana abierta» y «No estamos solos».

Los programas han planteado la exposición temática, con lenguaje televisivo, de los siguientes aspectos:

- Problemas humanos.
- El mar, el campo y su gente.
- Sociedad y familia.
- Educación y cultura.
- Leyendas y cuentos.
- El teatro en los teleclubs.
- Biografías y momentos estelares en la Historia.
- Divulgación médica y sanitaria.
- Divulgación agraria.
- Artesanía e industria.
- Los teleclubs y sus gentes.

El contenido viene suficientemente expresado por el título de las series.

La experiencia de los programas antes dichos y de su ciencia y discusión, han ocasionado a los expertos que los programan cambiar su línea funcional y realizar dos tipos de programas:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Un programa cultural cíclico, aprovechándose del sistema de concurso, y
- Un programa informativo cíclico que refleje la vida del teleclub y sus gentes.

Este último tiene dos objetivos fundamentales, mostrar la vida de los teleclubs a los que no la conocen y servir de ejemplificación a los teleclubs al tener acceso a la experiencia de otros.

Filmoteca. Han sido adquiridas en diversas etapas colecciones de diapositivas del más diverso contenido.

- Series de contenido artístico-cultural, 300.
- Series de contenido y formación profesional en diversas materias, 436.
- Series sincrónicas culturales de diapositivas y cintas magnéticas, 620.
- Series sincrónicas de diapositivas y cintas magnéticas de contenido eminentemente formativo en general, 60.
- Series de diapositivas y cintas magnéticas sincrónicas de temas turísticos, 390.

La cinemateca. Un complemento esencial de los programas de televisión es el disponer de copias filmadas en 16 mm. para poderlas reponer en los teleclubs utilizando los proyectores de los que están dotados (contamos con 150 largometrajes y 178 documentales).

- Programas propios realizados en 16 mm producidos por la JCITE en colaboración con Televisión Española
- Programas adquiridos a organismos oficiales.

- Programas adquiridos a particulares y que tienen un contenido artístico o cultural destacado.

3. Actividades.

Culturales. Dentro de estas actividades se pretende que jueguen un papel importante y activo los propios teleclubs, no sirviendo de receptores de campañas culturales exteriores, sino aquellas que están realizadas a nivel cultural idóneo en estos casos y a ser posible, con participantes de sus propios entornos sociales.

La principal de estas actividades se Manifiesta en la que se flama, ya de modo típico, semanas culturales. Constan de conferencias, exposiciones, proyecciones, etcétera.

Muchos de los teleclubs se hallan interesados en construir su propio grupo de teatro. Es esta una actividad que cumple una misión altamente formativa y que resulta ser una manifestación socio-cultural del más alto interés.

Muy frecuentemente también, los teleclubs alientan y cultivan, la formación de «coros y danzas», utilizando, para ello la enseñanza y preparación que reciben de la Sección Femenina.

Otras actividades que los teleclubs practican son las profesionales.

Frecuentemente organizan cursos autónomos, donde algún especialista del lugar des enseña su propia profesión. Estos cursos han dado lugar, por ejemplo, a que en algún teleclub se haya construido el local con el asesoramiento y la realización del trabajo de los propios socios del teleclub.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Frecuentemente, los cursos de Promoción Profesional Obrera (PPO) reciben solicitudes de realizar cursos, e incluso realizan estos mismos cursos dentro del local del teleclub y en algunos casos dichos cursos se aplican en la construcción, de un nuevo edificio de teleclub.

Una actividad iniciada este año bajo los mejores auspicios es el sistema de estudio por correspondencia para la formación profesional en las materias cuya, enseñanza se ofrece por este procedimiento. Estos estudios se realizan con becas de la JCITE y de la empresa contratada, pagando el becario un 30 por 100 aproximadamente del importe total del curso.

Cívicas. La finalidad fundamental del teleclub es la de permitir y promover las cualidades del buen ciudadano con interés por los problemas comunes y la mejor preparación para solucionarlos del modo adecuado.

La llamada operación servicio permite a cada uno de los teleclubs proponerse realización de una obra interesante para la comunidad, llevándola a cabo de modo totalmente autónomo y solamente beneficiándose de las ayudas económicas o técnicas que puedan encontrar en la Administración central, en la provincia o en el local.

En cuanto a la, operación amistad, frecuentemente los socios de los teleclubs son protagonistas de actos de solidaridad humana realmente llamativo cuando una persona del pueblo, por desgracia a catástrofe, necesita de la ayuda de sus vecinos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Empleo del ocio. Esta es una actividad con la que los teleclubs suelen iniciar su camino y está dirigida a conseguir llenar de un modo positivo los ratos de ocio y los días de fiesta.

Frecuentemente, en las fiestas patronales es el teleclub el que organiza las fiestas y en otros casos participa en la realización de las mismas con actividades afines a su espíritu.

Siguiendo la afición tan en boga actualmente, muchos de los teleclubs constituyen sus propios grupos musicales, de lo que fue un buen ejemplo la celebración del concurso «Campo Pop», en el que se premiaron tres excelentes grupos musicales.

En casi todos los teleclubs existe una sala de tertulia o juegos en la que la gente se habitúa a distraerse en común, en un lugar en el que es necesario atenerse a unas necesarias reglas para su utilización.

Un capítulo aparte en el empleo del ocio es el de las excursiones colectivas, sirviendo éstas de vehículo a una más completa realización del interés del Ministerio en turismo social.

4. **Personal.**

Ningún teleclub puede funcionar sin la existencia de un monitor, y puede informarse, de acuerdo con la experiencia, que si hay un monitor hay un teleclub y donde el monitor falta el teleclub desaparece.

El monitor es la persona responsable del funcionamiento del teleclub y la garantía de su incorporación a la red.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El papel de monitores el que los franceses encomiendan al animador cultural y tiene también una faceta de garantía en cuanto que su cometido es el de ordenar y vigilar la realización de los actos programados.

Hasta ahora los monitores proceden muy concretamente de tres campos: sacerdotes, maestros y profesionales que viven en la localidad del teleclub.

La formación del monitor. El monitor necesita conducir la formación de personas inmersas en el teleclub a que pertenecen y controlarla con su entrega como experto en dinámica de grupos y en desarrollo comunitario.

Cursillos. Es la formación de estos hombres, pues, la más importante y trascendental tarea que la red nacional de teleclubs debe efectuar.

Para ello se han realizado en el CENIDE unos cursillos de formación de formadores, a los que han asistido el personal de la JCITE y los diez asesores nacionales de la red nacional de teleclubs.

Está programada la realización de otros tantos cursillos regionales a los que asistirán únicamente los asesores provinciales y los monitores de teleclubs comarcales, como cursillos permanentes de formación y prácticas.

El modo más racional y sistemático de abordar la realización de los cursillos es la construcción de unos centros de experimentación y formación permanente.

Un capítulo aparte del personal viene dado por el aspecto de su profesionalización. Sin un personal especializado y

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

profesionalizado no puede acometerse una tarea eficaz. El éxito de la labor realizada por Extensión Agraria y el PPO viene dado por la espléndida preparación de su personal en provincias y por la profesionalización «full time».

En el primer escalón, la red nacional de teleclubs contará con asesores regionales que se responsabilizarán de cada una de las regiones socioculturales en que se divida España.

Al frente de cada provincia debe funcionar un asesor provincial que se responsabilice del funcionamiento de la red nacional de teleclubs en esa provincia.

A nivel comarcal y al modo como sucede en las comarcas de ordenación rural, debe funcionar al monitor comarcal, de cuya profesionalización dependerá gran parte del éxito de la tarea.

En zonas suburbanas de máxima concentración y donde la realidad sociocultural así lo exija, deberán ser nombrados asesores urbanos similares a los que en las provincias se ocupan de los núcleos rurales.

13.5. Actuaciones en el cuatrienio 1972-1975

Para el cuatrienio 1972-1975 las inversiones públicas programadas ascienden a 450 millones de pesetas, destinadas a la financiación de distintos conceptos.

En primer lugar se considera necesaria la construcción de teleclubs tanto comarcales como rurales. Fundamentada la red nacional de teleclubs en zonas comarcales que coinciden con las que en Presidencia del Gobierno son consideradas como de especial interés, se hace necesario acondicionar de modo conveniente todos estos teleclubs comarcales, en un número aproximado de 100 por año.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Independientemente de los anteriores, no puede olvidarse completamente la atención de los teleclubs rurales, aun sin poder llegar a todos por el elevado número de los que ya existen. Se pretende atender, mediante ayudas de 25.000 pesetas, a unos 400 teleclubs rurales al año.

Para el adecuado funcionamiento de los teleclubs comarcales, éstos deben contar con equipos imprescindibles, tales como medios audiovisuales, proyectores y magnetófonos, se prevé la posibilidad de adquirir pideógrafos portátiles que permitirán, aprovechar, en las mejores condiciones posibles, la televisión como medio de utilización colectiva con fines culturales. Dentro de este capítulo es necesario tener en cuenta la necesidad de sustitución de viejos televisores. Igualmente debe dotarse a los teleclubs de bibliotecas que contengan obras básicas de interés y consulta general. En este sentido se pretende dotar de tales bibliotecas a unos 1.500 teleclubs.

El capítulo de personal es en el que se fundamenta toda la actuación de los teleclubs, siendo la experiencia de estos cuatro años pasados la mejor información respecto a la conveniencia de mantener la existencia tanto de los asesores regionales o provinciales como de los monitores comarcales. Formando parte del gabinete técnico de la JCITE, es necesario contar con expertos especializados en las materias de actividades de la red nacional de teleclubs. Cada provincia debe contar al menos con un asesor por cada 100 teleclubs para atenderlos en los aspectos de promoción, organización y control.

Los monitores comarcales son personas cuya actividad es desinteresada, han realizado las más eficaces tareas en la labor de los

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

teleclubs y su profesionalización no mejoraría mucho la eficacia de su labor, pero se hace necesario compensarles los gastos que realizan con este motivo y, como aliciente, agradecer de algún otro modo su desinterés o trabajo.

En cuanto al aspecto de las diversas actividades que se realizan hay que resaltar la importancia de las semanas culturales que se celebrarán al menos en los teleclubs comarcales, de los cursillos de formación, experimentación e intercambio de técnicas, que se organizarán a nivel regional con asistencia de los asesores provinciales, al asesor regional y los monitores comarcales, y de las asambleas provinciales, cuya experiencia demuestra el grado de eficacia que se consigue en el orden de la colaboración al asistir a las mismas el asesor provincial y el mayor número posible de monitores comarcales y rurales de la provincia.

14. Industria cinematográfica

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En el sector cinematográfico conviene distinguir tres actividades que, aunque estrechamente relacionadas entre sí, presentan problemáticas diferenciadas. Talles actividades son: producción, distribución y exhibición.

14.1. Producción

14.1.1. Objetivos y previsiones

En el cuadrenio 1972-1975 se fija como objetivo a alcanzar la producción de 350 películas, previéndose que la recaudación en el mercado interior se incrementará en un 20 por 100 tomando como base la cifra recaudada en el año 1970.

14.1.2. Acciones a realizar

La producción cinematográfica nacional se enfrenta a una serie de problemas que en forma esquemática pueden resumirse en los siguientes:

- La continua elevación del coste de producción.
- La insuficiente dimensión del mercado interior.
- Los canales de distribución en el exterior son deficientes, en muchos casos, e inexistentes en otros.
- El cine español adolece de una insuficiente difusión y propaganda genérica en el extranjero.
- El grado de aceptabilidad por el público no está a la altura deseable.
- El período de explotación de las películas tiene que ser largo para conseguir su amortización.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Si éstos son los problemas, las actuaciones a realizar dentro del período de vigencia del III Plan de Desarrollo deberán encaminarse a solucionarlos en la medida de lo posible. A tal fin se emprenderán las siguientes acciones:

- Estimular y apoyar la coproducción internacional de películas de valor internacional, con el fin de compartir el coste de su producción y facilitar su exportación.
- Incrementar la exportación mediante la mejora de los canales de distribución y la realización de una extensa labor de propaganda y difusión.
- Aplicar las medidas vigentes de fomento a la exportación y concretamente la desgravación fiscal y las medidas pertinentes del tráfico de perfeccionamiento.
- Aprovechar la oportunidad que a la explotación de la producción cinematográfica nacional puedan proporcionar los nuevos sistemas de videocassettes.

Por otra parte, se señala la conveniencia de una ordenación de las relaciones económicas entre las tres ramas del sector cinematográfico, en la que deberá tenerse en cuenta además las consecuencias de lo señalado en el párrafo anterior.

14.1.3. Inversiones y su financiación

En el cuatrienio, las inversiones de producción ascenderán a 3.500 millones de pesetas, o sea una media de diez millones de pesetas por película producida. A esta cifra hay que añadir otros 400 millones de pesetas por la realización de copias.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

14.1.4. Rodaje de películas extranjeras en España

Esta actividad, adecuadamente ordenada, deberá proseguir en el futuro como fuente de divisas de cierta importancia, previéndose que se obtendrán 70 millones de dólares en el cuatrienio.

14.1.5. Instalaciones fijas

En instalaciones fijas de producción cinematográfica se estima la realización de una inversión en el cuatrienio de 400 millones de pesetas, distribuidos de la siguiente forma:

		Millones de pesetas
Estudios de rodaje		200
Nuevos estudios	150	
Modernización	50	
Estudios de doblaje		100
Nuevos estudios	50	
Modernización	50	
Laboratorios		100

Debe recordarse que las instalaciones que se localicen en Almería, podrán acogerse a los diversos beneficios derivados de la declaración de tal provincia como zona de preferente localización industrial cinematográfica.

14.2. Distribución interior

14.2.1. Objetivos y previsiones

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Se prevé que en el mercado interior serán objeto de distribución 1.300 películas extranjeras y 350 nacionales en el cuatrienio 1972-1975. La importación de películas extranjeras (incluidos royalties, copias y otros gastos) supondrá una salida de divisas en el cuatrienio del orden de los 45 millones de dólares.

14.2.2. Acciones a realizar

Dada la excesiva proliferación de empresas distribuidoras se considera aconsejable que a través de un proceso de unión, concentración, fusión o incluso liquidación, se llegue en el año 1975 a la permanencia de 25 empresas nacionales, seis empresas de ámbito regional o de mediana dimensión y 100 empresas pequeñas.

14.2.3. Inversiones y su financiación

Los gastos de distribución, en el período de vigencia del III Plan de Desarrollo, ascenderán a los 5.300 millones de pesetas, de los cuales 3.900 serán realizados en la distribución de películas extranjeras y los 1.400 restantes en el proceso de distribución de las películas nacionales.

14.3. Exportación

14.3.1. Objetivos y previsiones

El objetivo de las empresas de distribución de películas españolas en el exterior en el próximo cuatrienio 1972-1975 es producir un ingreso en divisas de 25 millones de dólares, en concepto de cobro de royalties y copias de películas a comercializar en los distintos mercados extranjeros.

14.3.2. Acciones a realizar

Los exportadores tropiezan normalmente para el cumplimiento de su cometido, además de con los problemas indicados al tratar la producción, con dos tipos de problemas fundamentales:

- a) Dificultad de transferencia de los saldos obtenidos por las películas en algunos mercados, en razón a la política económica de los correspondientes países.
- b) Falta de ordenación del comercio exterior cinematográfico.

Las acciones a realizar para conseguir una mayor exportación serán las siguientes:

- 1. Establecer convenios o acuerdos internacionales en materia cinematográfica.
- 2. Establecer una mejor ordenación de las exportaciones españolas de películas.
- 3. Potenciar en general la actividad de las empresas exportadoras y en particular la de CINESPAÑA.
- 4. Intensificar la propaganda y publicidad del cine y los profesionales españoles y la organización de semanas de cine español y la asistencia a festivales internacionales.

14.3.3. Inversiones y su financiación

El cumplimiento del objetivo propuesto exige por parte de los exportadores españoles una inversión de 830 millones de pesetas a lo largo del cuatrienio. De ellos, 600 corresponden a royalties, 30 a

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

gastos de comercialización y 200 al importe de las copias, fletes, seguros y derechos de internación.

Teniendo en cuenta la forma en que se desenvuelve la actividad de distribución de películas en el exterior, y muy especialmente lo relativo a la cobertura del imparte de las copias, los exportadores precisarán, para cumplir el objetivo fijado, una colaboración del Estado en la inversión a llevar a cabo en royalties y gastos de comercialización.

Por otra parte, y con la finalidad específica de realizar propaganda de carácter genérico de nuestro cine en el extranjero, empleando los medios habituales de publicidad y relaciones públicas así como para organizar semanas y festivales del cine español en el extranjero y asistir a festivales internacionales, será preciso un apoyo estatal.

14.4. Exhibición

14.4.1. Objetivos y previsiones

Los objetivos que en el cuatrienio 1972-1975 pretenden alcanzarse son la construcción de diez nuevos cines, el mejoramiento de las condiciones de 120 salas ya existentes y la automatización de 300 cabinas.

14.4.2. Acciones a realizar

La disminución de la importancia del cine como espectáculo de masas, aconseja establecer medidas de apoyo al sector y el introducir mejoras en la exhibición hacen necesario potenciar y agilizar el sistema de crédito oficial. Sería también aconsejable establecer una cierta coordinación entre los programas de cine y televisión.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

A fin de mejorar la productividad de la industria debe introducirse la automatización y modernización de las salas de exhibición.

14.4.3. inversión y su financiación

La construcción de los diez cines y la mejora de 120 salas requerirá una inversión a lo largo del cuatrienio de 2.600 millones de pesetas, siendo necesarios otros 1.200 millones de pesetas para la automatización de las 300 cabinas.

14.5. Resumen general

14.5.1. Objetivos y previsiones

- Producir 350 películas.
- Distribuir, en el mercado interior, 1.300 películas extranjeras y 350 nacionales.
- Exportar películas por un importe de 25 millones de dólares.
- Construir y modernizar estudios de rodaje y de doblaje y otras instalaciones fijas, invirtiendo para ello 400 millones de pesetas.
- Construir diez nuevos cines, mejorar otros 120 y automatizar y modernizar 300 cabinas.

Se prevé que en el cuatrienio los ingresos en divisas en concepto de exportación de películas nacionales y rodaje de películas extranjeras en el país ascenderán a 95 millones de dólares. Las salidas de divisas por importación de películas extranjeras supondrán 45 millones de dólares. Con un saldo neto positivo de 50 millones de dólares.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

14.5.2. Las principales acciones del sector público en el III Plan de Desarrollo

El Estado, a través del Ministerio de Información y Turismo, consciente de que la cinematografía española se halla actualmente en un período crítico, del que tal vez los problemas económicos no sean ajenos, ha destinado para ayuda y promoción del cine español una cifra de inversión pública que para el cuatrienio 1972-1975 alcanza la cantidad de 180 millones de pesetas, sin considerar aquellas ayudas que se deriven de la localización de instalaciones de producción cinematográfica en la provincia de Almería, declarada zona de preferente localización industrial cinematográfica.

Estas inversiones se dirigirán hacia diversos aspectos de la actual problemática de nuestro cine. En primer lugar su promoción, para la cual se prevé una acción conjunta en tres frentes:

Acción exterior. Una primera actividad a realizar será la de la promoción exterior, llevando a cabo semanas de cine español a través del mundo, pensando especialmente en las arcas americana y europea. Todo ello, naturalmente, implica unos gastos de relaciones públicas, campañas de prensa, edición de programas y catálogos bilingües, etcétera. En el mismo plano de acción exterior se intenta reforzar la participación española en los festivales que tradicionalmente se vienen realizando: Mar del Plata o Río de Janeiro (se alternan), Cannes, Berlín, Moscú, Karlovy Vary y Venecia. Esta promoción exterior del cine español en mercados extranjeros supondrá un beneficio inmediato, tanto comercial como industrial y culturalmente.

Acción interior. Esta se dirigirá fundamentalmente a la consolidación y mejora de los festivales que se celebran en España, algunos de los cuales han alcanzado rango internacional, como son: el Festival

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Internacional de Cine en Color de Barcelona, el Festival de Cine Religioso y de Valores Humanos de Valladolid, y sobre todo el de San Sebastián. Otro aspecto de esta acción interior es la celebración de semanas de cine en nuestro país independiente de los festivales, a fin de que el público español tenga oportunidad de asistir a unas películas nacionales escogidas en razón de su calidad.

Publicaciones. La acción directa, pero por fuerza intermitente, de los festivales y semanas habría de verse respaldada por una acción constante de tipo informativo. En la actualidad existe un catálogo anual publicado por Uniespaña, así como una publicación quincenal y un boletín informativo. Ahora bien, sin dejar de prescindir de lo ya existente, se considera necesaria la creación de una revista mensual de corte comercial, que aun siendo subvencionada por el Estado, pudiera venderse en quioscos y librerías. Su penetración resultaría así de un mayor impacto. El resultado obtenido por este tipo de publicaciones en otros países, como por ejemplo Francia, ha sido muy positivo y además en un plazo muy corto.

Otro aspecto hacia el que se dirigirá la inversión pública, es a la adquisición de películas españolas en distribución para el exterior y su comercialización, así como la adquisición de derechos sobre largometrajes para su explotación en cine y en televisión. La empresa de capital mayoritario estatal Cinespaña, S.A. creada para la exportación de cine español, ha llegado con sus películas a todo el continente americano, Portugal, Rumania y Checoslovaquia. Tanto en cine como a través de la televisión, y durante la vigencia del III Plan de Desarrollo se propone llevar el cine español al resto de los mercados mundiales. Para que Cinespaña pueda cumplir este objetivo requerirá, al igual que en el II Plan de Desarrollo, de ayuda estatal.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Independientemente de lo anterior, se incidirá en la reestructuración del sector y en la calidad de su producción a través del crédito oficial y del Fondo de Protección a la Cinematografía Nacional.

15. Teatro

15.1. Objetivos

El teatro —por la extraordinaria eficacia que su capacidad de proyección, penetración e influencia, le otorga— es un importantísimo instrumento de difusión cultural. Constituye, sin duda alguna, un poderoso vehículo educativo de que disponen los países que se integran en la comunidad internacional, con fines, estéticos, culturales y de mutuo conocimiento, comprensión e intercambio; es ésta una realidad admitida por los países de más elevada cultura, o que aspiran a figurar en primera línea en un terreno de tal trascendencia y, sin distinción de ideologías políticas, sistemas de gobierno grados de desarrollo, prestan al teatro una fundamental atención, que se manifiesta tanto en las elevadas cifras que anualmente invierten para su estímulo y mantenimiento interior, como en la proyección exterior del mismo, en cuanto medio de la mayor eficacia para el logro de un positivo entendimiento y de una decisiva influencia.

Nuestro país tiene grandes posibilidades en este aspecto, al poseer una honda tradición teatral, con la que muy pocas naciones pueden parangonarse, y al ofrecérsele las enormes posibilidades de un mercado abierto a la recepción de nuestras manifestaciones, como es el de todo un continente, que habla su misma lengua y se cimenta en unos mismos supuestos culturales.

Por las razones expuestas, parece conveniente fijar como objetivos, para el próximo cuatrienio, los siguientes:

1. Desarrollar el teatro en el interior del país.
2. Intensificar la proyección exterior del teatro nacional.
3. Estructurar y llevar a cabo la conservación de los documentos y medios usados por el teatro español a través de su historia.

15.2. Situación actual del teatro en España

Se indican, a continuación, los principales problemas que afectan al teatro nacional y que están frenando su potencial desarrollo, tanto por la que se refiere al teatro privado como al de gestión estatal.

15.2.1. Teatro privado

- Escasa presencia del teatro en las provincias.
- Concentración de actividades y realizaciones teatrales en la capital del país.
- Situación de paro coyuntural, que suele afectar en más grave proporción al intérprete profesional secundado.
- Falta de continuidad en la contratación, que no garantiza, a los profesionales del teatro, una satisfactoria permanencia en el trabajo, ocasionando, al mismo tiempo, un encarecimiento en las condiciones de su contrato.
- Insuficiencia de compañías y falta de medios económicos para creación de otras nuevas, o ampliación y mantenimiento de actividades por parte de las ya existentes.
- Falta de interés y oposición sistemática, con pocas excepciones, por parte de las empresas de local de provincias, en cuanto a ceder sus escenarios para representaciones teatrales, sobre todo en días festivos, debida al escaso rendimiento económico que esperan de estas actividades; ello determina su habitual dedicación al espectáculo, cinematográfico. Esta realidad ha sido mitigada, aunque en una proporción mínima, por las campañas nacionales de extensión teatral, cuya ejecución ha sido posible gracias a las inversiones autorizadas a favor del teatro en el II Plan de Desarrollo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Falta de interés, afición y vocación hacia el teatro, en sectores sociales tan amplios como importantes, causa de una doble motivación económica y de índole cultural. Como consecuencia, el teatro deriva hacia un espectáculo de minorías privilegiadas en el orden económico, en evidente contraposición con un postulado básico de nuestro ordenamiento, cual es el de la «progresiva ordenación del tiempo libre, promoviendo y facilitando el acceso de los trabajadores a las actividades culturales, artísticas...».
- Falta de compañías y realizaciones teatrales del género lírico nacional, en especial respecto del teatro coreográfico o de ballet, salvo las limitadas y breves temporadas que el Estado patrocina en el teatro de la Zarzuela de Madrid.
- Escasa penetración y extensión teatral en lugares de difícil acceso a la cultura, al faltar medios idóneos para ello que pudieran facilitar el acercamiento físico de los habitantes de estos lugares apartados a núcleos o polos de difusión teatral; ello podría alcanzarse a través de la realización de ciclos que hicieran rentable tal propósito, de penetración, utilizando grupos de menor envergadura —en relación con los participantes en las Campañas Nacionales de Extensión Teatral, especialmente capacitados, para tan sacrificada como importante función cultural.
- Insuficiente desarrollo del teatro vocacional de carácter experimental.
- Insuficiente promoción de actividades teatrales de diferente carácter que sirvan para iniciar y desarrollar el interés teatral en la mente infantil.
- Falta de iniciativa en la actividad empresarial y privada para mejorar el actual nivel de programación, ciertamente poco satisfactorio y caracterizado, salvo algunas excepciones, por su excesivo rigor comercial, en detrimento del contenido cultural de la actividad teatral.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Deficiente estado de conservación de la mayor parte de los locales teatrales, grave situación que afecta tanto a los que se hallan dedicados con carácter exclusivo a representaciones escénicas como a aquellos otros que simultanean éstas con proyecciones cinematográficas.

Es de advertir que tales deficiencias no se caracterizan tan sólo por una falta —en algunos casos casi absoluta— de elementos de carácter suntuario o, de comodidad, sino que afectan también a una carencia de dotación técnica que limita enormemente las posibilidades artísticas.

En casi todos los locales, la ausencia de las mínimas condiciones de higiene, en los camerinos y otros servicios, y de seguridad laboral, en escenarios y materiales rodantes, es penosa y lamentable.

15.2.2. Teatro de gestión estatal

La situación actual se caracteriza por una grave insuficiencia de medios económicos, que afectan:

- Al mantenimiento de los cuatro teatros nacionales: «Español», «María Guerrero», «Teatro Nacional Ángel Guimerá de la Ciudad de Barcelona» y «Teatro Nacional de Cámara y Ensayo», suspendido este último en su funcionamiento por la aludida insuficiencia de medios económicos.
- Al mantenimiento del «Teatro Lírico y Coreográfico Nacional», con sede en el teatro de la Zarzuela, de Madrid, propiedad íntegramente del Estado.

15.2.3. Ausencia del teatro español en el extranjero

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Es evidente la insuficiente proyección de nuestro teatro hacia el exterior y, sobre todo, en Hispanoamérica. Esta ausencia sólo ha sido interrumpida esporádicamente por una gira de teatro de verso o dramático llevada a cabo por el Teatro Nacional María Guerrero en el curso del año 1969; experiencia ésta de imposible repetición si persiste la actual insuficiencia de medios económicos.

15.2.4. Documentación teatral

Debe señalarse la carencia de una continuada y sistemática labor de conservación de documentos y medios creados por el teatro española través de su historia, así como de aquellos que podrían dejar constancia de las realizaciones escénicas de nuestro tiempo.

15.3. Acciones a realizar en el próximo cuatrienio

Para la resolución de los problemas expuesto y el logro gradual y progresivo de los objetivos enunciados, se pretende llevar a cabo, en el cuatrienio 1972-1975, las siguientes acciones:

15.3.1. Acciones para el desarrollo del teatro en el interior del país

a) Teatro profesional.

Realización, en el cuatrienio, de al menos ocho campañas nacionales de teatro, e desarrollar cada una de ellas con la intervención de cuatro compañías (32 en el cuatrienio) durante una temporada de 75 días de duración por campaña y compañía.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Realización de dos festivales internacionales anuales, uno de ópera y otro de teatro de verso o dramático, con manifestaciones en diversas capitales españolas.

Realización anual de una campaña de teatro infantil, de tres meses de duración, mediante la promoción, y apoyo económico a compañías y repertorios apropiados a estos fines.

Realización anual de seis ciclos de extensión teatral, de dos meses de duración, a desarrollar simultáneamente por compañías o grupos, de especiales características, idóneas para la finalidad básica de penetración teatral en lugares de difícil acceso a la cultura y de imposible atención dentro de las campañas de extensión nacional.

Desarrollo de una amplia política de ayudas que haga posible un positivo y eficaz fomento del teatro en sus actuales estructuras, pretendiendo una paulatina elevación de niveles artísticos y culturales.

b) Teatro vocacional.

Realización de ciclos nacionales y actividades regionales y provinciales de teatro vocacional, en su doble vertiente de cámara y ensayo, y agrupaciones escénicas de distinta orientación, en orden a la promoción y orientación vocacional hacia el teatro de importantes sectores sociales y laborales.

c) Construcción y ampliación de instalaciones teatrales.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Medidas de apoyo a la ordenación en el sector con la finalidad de la construcción y la realización de obras de modernización y acondicionamiento técnico de locales teatrales.

Las empresas beneficiarias de estas ayudas, según su especial dedicación a las actividades mencionadas, quedarán obligadas al desarrollo de campañas teatrales de ámbito nacional, de ciclos de extensión y penetración teatral y de realizaciones escénicas experimentales.

Para la regulación y concesión de estas ayudas se atenderá especialmente a los siguientes criterios y normas:

Incorporación a una actividad teatral permanente y continuada de los locales de propiedad oficial, actualmente en explotación de carácter no teatral, por insuficiente dotación técnica para tales fines, estableciéndose condiciones especiales para la utilización por empresas particulares.

Su otorgamiento exigirá informe previo y concordante de los organismos y servicios correspondientes del Ministerio de Información y Turismo, y del Sindicato Nacional del Espectáculo; se atenderá muy especialmente, para la conclusión, del dictamen, al logro de un circuito que abarque paulatinamente regiones y ciudades que faciliten, como polos de desarrollo, una ilógica expansión del teatro, con apoyatura básica en aquellas localidades que sean sede de distritos universitarios.

d) Teatros Nacionales.

Se prestará ayuda a estos teatros, pues carecen de dotación específicamente determinada en los presupuestos generales del

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Estado; hasta ahora se nutren fundamentalmente de aportaciones con cargo al Fonda de Protección a la Cinematografía y al Teatro —aportaciones que se hallan supeditadas a las disponibilidades coyunturales de dicho fondo— y de sus propios ingresos de taquilla; el régimen vigente no parece adecuado, pues sus limitaciones e inseguridad repercuten gravemente en el desenvolvimiento de los teatros nacionales del Estado (tres en funcionamiento y uno en suspensión de actividades por falta de medios económicos), haciéndolo irregular, limitado y muy por bajo del nivel que exige toda acción oficial de carácter cultural.

15.3.2. Acciones para intensificar la presencia del Teatro español en el extranjero

Se auspiciará la actuación de compañías españolas en certámenes internacionales de elevado rango.

El propósito de proceder a una adecuada proyección exterior de nuestro teatro ha de abarcar necesariamente otros aspectos que la falta de medios ha obligado hasta ahora a desconocer; entre ellos el del intercambio artístico, cultural, técnico, profesional e incluso jurídico, con entidades, organismos y personas que, en el ámbito internacional, presten una fundamental atención al Teatro.

Esta acción se llevará a cabo a través del Centro Español del Instituto Internacional del Teatro, entidad reducida en los presentes momentos, por la razón básica de falta de medios, a ser únicamente un organismo burocrático, con una existencia ficticia e ineficaz.

Tal estado de cosas exige un replanteamiento total que implica la reorganización del centro español, bajo nuevas directrices, y su

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

inmediata puesta en funcionamiento con medios suficientes para cumplir la importante labor que le incumbe en el ámbito del intercambio internacional.

15.3.3. Acciones para conservar los documentos y medios creados por el Teatro español a través de su historia

En este aspecto, el panorama actual es ciertamente desolador y difícilmente podría concebirse la persistencia de una situación que ha hecho desaparecer todo vestigio de la labor de actividad teatral, entorpeciendo toda acción difusora de estudio e investigación, con obvias repercusiones negativas en ámbitos internacionales ante los cuales los organismos rectores del teatro, nacional han encontrado en ocasiones dificultades en cuanto se refiere a colaboraciones informativas y asesoras, imprescindibles para participar en una común tarea de intercambio y mutuo conocimiento.

La reciente creación, por orden ministerial de 9 de junio de 1971, del Centro Nacional de Documentación Teatral, ha venido a estructurar el instrumento necesario para llenar el vacío a que se ha hecho referencia.

El Centro Nacional de Documentación Teatral atenderá especialmente:

- a) A la conservación de textos y grabaciones teatrales, bocetos escenográficos y figurines originales, así como cualesquiera otros elementos de análoga naturaleza.
- b) A la recopilación y archivo de la documentación gráfica, fotográfica y toda índole relativa a las actividades teatrales, así

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

como de toda clase de manifestaciones artísticas referentes a las mismas.

- c) A la creación y archivo de una discografía completa que recoja la historia del teatro lírico español.
- d) A la sistematizada recopilación de la legislación sobre la materia, tanto nacional como de otros países.
- e) A la creación de un fichero referente a las actividades artísticas, técnicas, económicas, profesionales y empresariales que recoja la información referente a todos estos aspectos.
- f) A la publicación de boletines y anuarios que faciliten la información, desarrollo y difusión interior y exterior del teatro.
- g) A facilitar cuantas colaboraciones se requieran en relación con la presencia del teatro español en certámenes internacionales, incluidos aquellos especialmente dedicadas a la arquitectura, escenografía e indumentaria teatrales.

Para el desarrollo de las cuestiones que le están encomendadas, el Centro Nacional de Documentación Teatral contará con servicios de archivo, biblioteca, grabación, y, en general, los que sean precisos para el más eficaz cumplimiento de sus tareas.

15.3.4. Las inversiones públicas

La realización de las actuaciones señaladas implicará una inversión pública de 185,2 millones de pesetas, que será financiada con cargo a los presupuestos generales del Ministerio de Información y Turismo.

16. El libro y la industria editorial

16.1. Objetivos y previsiones

La evolución prevista para la industria editorial durante la vigencia del III Plan de Desarrollo es la que se cifra en las tablas XVI.1 y XVI.2, que consignan el desarrollo de tal industria, tanto en el aspecto de su producción global como en cuanto al reparto de dicha producción entre el mercado interior y la exportación.

TABLA XVI.1

PRODUCCIÓN PREVISTA

Años	Exportación (Millones de Kilogramos)	Mercado interior (Millones de Kilogramos)	Total (Millones de Kilogramos)	Exportación (Millones de pesetas)	Exportación (Millones de pesetas)	Exportación (En millones de \$ USA)	Total (Millones de pesetas)	Precio por kilogramo (En pesetas)
1970	35,2	62,2	97,4	4.787,2	8.459,2	68,39	13.246,4	136,0
1971	41,1	67,8	108,9	5.869,0	9.681,8	83,84	15.550,8	142,8
1972	48,4	74,8	123,2	7.230,9	11.175,1	103,30	18.406,0	149,4
1973	56,6	81,6	138,2	8.874,8	12.794,8	126,78	21.669,6	156,8
1974	65,0	88,9	153,9	10.699,0	14.632,9	152,84	25.331,9	164,6
1975	74,1	96,9	171,0	12.804,4	16.744,3	182,92	29.548,7	172,8
Sumas	320,4	472,2	792,6	50.265,3	73.488,1	718,07	123.753,4	—
Porcentaje de aumento	110,5	55,7	75,5	167,47	97,94	167,47	123,07	27,05

Notas:

1ª. El mercado exterior, muy lejos de su saturación, crecerá en mayor proporción que el español.

2ª. El precio de los libros se calcula a razón de un promedio del 60 por 100 de los precios de venta al público, que coincide con el precio medio de exportación. Supone un factor de multiplicación de 2,1 sobre el precio de coste, o sea, que este último se multiplica por 3,5, aproximadamente. El 40 por 100 restante hasta el precio de venta al público representa las comisiones del escalón comercial; distribución y librería.

3ª. La relación kilogramo-precio se establece de acuerdo con la efectiva en 1970 para la exportación y con un incremento anual del 5 por 100

TABLA XVI.2

PRODUCCIÓN EN NÚMERO DE LIBROS

Años	Producción total (En millones de libros)	Mercado interior (En millones de libros)	Exportación (En millones de libros)	Precio medio por libro (FOB), en pesetas	Precio medio por libro (PVP), en pesetas	Libros por habitante de España	Gasto total en España (PVP) (Millones de pesetas)	Gasto anual por habitante (En pesetas)
1970	162,3	103,7	58,6	81,61	135,47	3,142	14.048	425,64
1971	181,5	113,0	68,5	85,68	142,22	3,373	16.070	479,70
1972	205,3	124,6	80,6	89,64	148,80	3,708	18.540	551,75
621973	230,3	135,0	95,3	94,08	156,17	3,982	21.082	621,86
1974	256,5	148,1	108,4	98,76	163,94	4,355	24.279	713,95
1975	285,0	161,5	123,5	103,68	172,10	5,017	27.794	863,42
Total	1.320,9	785,9	534,9			23,577	121.813	

Es de toda evidencia que tal evolución solamente es concebible en tanto en cuanto se mantengan unos determinados supuestos que durante el II Plan de Desarrollo fueron los determinantes no sólo del aumento de la producción editorial, sino también de la tendencia que en los resúmenes numéricos se cifran y que supone la continuidad de los resultados de una política encaminada a la expansión de la industria, con un claro reflejo de la expansión vital de nuestro país, traducida en aumento de la cultura y por ello en aumento de la capacidad de lectura.

No cabe ocultar, sin embargo, que esta línea progresiva sólo será real, o muy aproximada a la realidad en la medida en que queden definitivamente resueltos los problemas que hoy preocupan a toda la vida que gira alrededor del libro. Un breve sumario de dichos problemas con la enumeración de los más importantes, podría ser el siguiente:

16.2. Los problemas del sector

16.2.1. El crédito y la industria editorial

Según abundante experiencia, no sólo la industria editorial, por razones intrínsecas, padece en forma constante de una continua debilidad en su tesorería, sino que también encuentra dificultades para remediar tal situación por cuanto las garantías que le son propias consisten, las más de las veces, en «stock» de libras cuya valoración ha de hacerse sobre sus expectativas de venta y no sobre su valor real en el mercado, que, como tantas veces se ha dicho, supone la pérdida absoluta de más del 80 por 100 del precio de coste de su producción. Como es natural, la valoración de esas expectativas es función de factores muy diversos y poquísimos de ellos, si hay alguno, son aptos para ser considerados como valores sanos desde un punto de vista bancario.

Por estas conocidas razones, cabe que la industria editorial alcance unas cotas de desarrollo muy dispares, según disponga o no de acceso al crédito oficial. Pues es lógica que una actividad cuya liquidez dineraria es muy escasa, cuyos plazos de recuperación de costes son forzosamente largos, y que carece de unas líneas de crédito privado en la cuantía y con la facilidad suficientes para garantizar poco más que su propia subsistencia y, si acaso, un desarrollo paralelo al del crecimiento biológico del país en que se asienta, para superar esa limitación necesite una mayor disponibilidad de créditos que mitiguen las conocidas consecuencias de toda industria que ha de abonar sus costes en plazo breve y sólo puede amenizarlos en un período de tiempo que en general supone un promedio de ocho veces más, aún sin tener en cuenta que su mercado habitual y fundamental, que es el

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

hispanoamericano, está sometido a tensiones de orden económico, social y político.

Es, pues, fundamental para que se realice la predicción de resultados que en los correspondientes cuadros se consigna, el mantenimiento e incluso el reforzar la dotación de crédito oficial a la industria editorial.

16.2.2. Problemas de orden tributario

Es conocido el hecho de que los beneficios tributarios derivados de la constitución de reservas para la inversión y reservas para la exportación no alcanzan a los editores, puesto que ambas reservas tienen que materializarse en bienes que no son propios de la actividad editorial, que carece de equipo industrial productiva. En cambio, resultaría conveniente la concesión del derecho a ambos tipos de reserva, admitiendo la materialización de las mismas en «stock» de papel, adquisición de derechos de autor y de traducción, montaje de redes comerciales, etc.

Son varias las actividades que obtienen reducciones de diversa cuantía respecto a la cuota del impuesto sobre beneficios. La industria editorial, que tradicionalmente disfrutaba de una exención total de este tipo de tributos, los abona hoy íntegramente. Lo cierto es, sin embargo, que la edición de libros crea cultura y que la cultura, no sólo crea riqueza, sino que es riqueza en sí misma.

Es necesario señalar además el hecho de que la edición española sufre la competencia de otras industrias editoriales del resto del mundo. Frente a ellas, en no pequeña medida, se encuentra desamparada. Los derechos arancelarios sobre el papel de importación son, en España, muy altos y en la práctica impiden el acceso al papel editorial producido en el extranjero. A la hora de pretender la adquisición de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

derechos de traducción, los editores españoles han de remontar el factor negativo que supone el hecho de que en muchos países tales derechos no están sujetos a tributación y nuestros editores sobrellevan esta circunstancia echando sobre sí mismos, en la práctica, el abono de los tributos correspondientes. Por último, el sistema actual de reposición es lento y no siempre el más adecuado.

16.2.3. Problemas de orden legal

Es ya aconsejable la redacción definitiva, como paso previo a su deseable promulgación, de la ley del Libro, que definirá el «status» jurídico del libro, su edición y su difusión y dará concreción legal al Instituto Nacional del Libro Español.

Es aconsejable, asimismo, llegar al convencimiento de que el sistema del mantenimiento del precio fijo de los libros no está en pugna ni contradicción con la libertad de comercio, antes bien, la estimula por lo que se refiere al tráfico comercial del sector.

Es aconsejable igualmente el estudio de las reformas que requiere el texto de la ley de Propiedad intelectual, norma legal con casi cien años de existencia y que hoy resulta superada, teniendo en cuenta las circunstancias actuales y el ritmo de la vida moderna. Si por la complejidad del tema no fuese posible abordar en plazo muy breve la reforma integral de la ley, sería deseable que una norma legislativa específica regulase las relaciones entre autor y editor por lo que se refiere a la publicación de libros.

En el terreno de orden práctico, vinculado, sin embargo, a medidas de orden legislativo o administrativo, cabe señalar la necesidad de intensificar la promoción bibliotecaria por parte del Estado, hasta conseguir dotar a nuestro pueblo del número suficiente de bibliotecas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

públicas, que permita alcanzar en España los niveles de lectura de otros países. Copiosa experiencia hay de que el español, sea habitante de las ciudades o viva en el campo, frecuenta las bibliotecas públicas y les presta adhesión y cariño. Parece necesario corresponder a ello potenciando una política encaminada a dotar a nuestras ciudades y pueblos de esas bibliotecas que tanto necesitan.

16.2.4. Problemas de la exportación

Sería conveniente resolver los siguientes:

- a) *Tarifas aéreas.* Su importe es todavía excesivo para permitir el encauzamiento de muy numerosas exportaciones por vía aérea, cuando sería de la máxima conveniencia que los libros didácticos o los que tienen una corta vigencia por su actualidad, se exportasen por vía aérea.
- b) *Devaluaciones.* Son frecuentes en los países hispanoamericanos, y los editores españoles no pueden establecer un seguro de cambio para cubrirse del riesgo de las devaluaciones, por cuanto el tráfico con esos países utiliza el dólar como moneda.

Es conveniente estudiar un sistema que, en definitiva, sería asegurar el cambio al comprador extranjero, para impedir el elevado precio a que se venden los libros españoles en Hispanoamérica, precisamente porque los editores y libreros han de establecer una especie de seguro de cambio ante el riesgo de las devoluciones.

16.3. Las inversiones privadas

Teniendo en cuenta la evolución previsible de la industria editorial, que supondrá pasar de una producción de 162,3 millones de libros en 1970 a

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

285,0 en 1975, el desarrollo determinado por esta diferencia requerirá una inversión de 42.734,1 millones de pesetas desde 1972 a 1975 (tabla XVI.3).

TABLA XVI.3

INVERSIONES Y VENTAS PREVISTAS

Años	Producción En millones de kilogramos	Precio de coste al editor Por kilogramo	Precio total de coste al editor Millones de pesetas	Coste del papel por kilogramo	Coste total del papel Millones de pesetas	Coste de composición, impresión y encuadernación por kilogramo	Coste total de composición, impresión y encuadernación Millones de pesetas
1970	97,4	61,19	5.959,9	19,03	1.853,5	18,96	1.846,7
1971	108,9	64,25	6.996,8	19,98	2.175,8	19,91	2.168,1
1972	123,2	67,24	8.283,9	20,91	2.576,1	20,84	2.567,4
1973	138,2	70,56	9.751,3	21,94	3.032,1	21,87	3.022,4
1974	153,9	74,07	11.399,3	23,03	3.544,3	22,29	3.430,4
1975	171,0	77,76	13.299,6	24,18	4.134,7	24,10	4.121,1
Total	792,6		55.690,8		17.316,5		17.156,1

TABLA XVI.4

INVERSIONES Y VENTAS PREVISTAS

AÑOS	Coste de los derechos de propiedad intelectual por kilogramo	Coste de los derechos de propiedad intelectual En millones de pesetas	Gastos generales y diversos del editor por kilogramo	Total de gastos generales y diversos del editor En millones de pesetas	Margen de la escala comercial por kilogramo	Total de márgenes de la escala comercial En millones de pesetas
1970	21,29	2.073,6	1,90	185,0	165,4	16.109,9
1971	22,35	2.433,9	1,99	217,5	173,7	18.915,9
1972	23,39	2.881,6	2,09	257,6	181,7	22.385,4
1973	24,55	3.392,8	2,19	303,2	190,7	26.354,7
1974	25,77	3.996,0	2,30	354,4	200,2	30.810,7
1975	27,06	4.627,2	2,41	413,4	210,2	35.944,2
Total	19.405,1			1.731,1		150.520,8

TABLA XVI.5

INVERSIONES Y VENTAS PREVISTAS

Años	Inversión prevista Millones de pesetas	Ventas (A precio de coste)		Número de ejemplares		Total
		Mercado exterior Millones de pesetas	Mercado interior Millones de pesetas	Mercado exterior Millones	Mercado interior Millones	
1970	5.959,9	2.154,2	3.805,7	50,3	88,8	139,1
1971	6.996,8	2.641,0	4.355,8	58,7	96,8	155,5
1972	8.283,9	3.253,9	5.030,0	69,1	106,9	176,0
1973	9.751,3	3.993,6	5.757,7	80,8	116,6	197,4
1974	11.399,3	4.814,5	6.584,8	92,8	127,0	219,8
1975	13.299,6	5.761,9	7.537,7	105,8	138,4	244,8
Total	55.690,8	22.619,1	33.071,7	457,5	674,5	1.132,0

Dicha inversión se refiere estrictamente a las cantidades que los editores han de utilizar, para producir, durante el mismo período, 977,1 millones de libros. No se tiene en cuenta para estos cálculos ni la inversión en equipos de producción, de los que la actividad editorial carece, ni los de comercialización, ni los gastos financieros de orden general.

Una parte de esta inversión tendrá que ser cubierta mediante los sistemas de crédito oficial.

Otro cauce de inversiones se refiere a la producción de libros de interés social y cultural y a la adquisición por los editores de solares y edificios para sus propias oficinas, almacenes y otros servicios conjuntos. La suma

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de estas dos atenciones supondría las cifras siguientes expresadas en millones de pesetas:

Años	Inversión
1972	700
1973	850
1974	970
1975	1.100
Total cuadrenio	3.620

16.4. Propaganda, publicidad y difusión de los libros españoles

Para aprovechar al máximo el alto nivel alcanzado por la industria editorial española, la calidad de sus productos y la eficacia de sus redes comerciales, es conveniente incrementar el ya importante apoyo de la Administración española. Ello permitiría cubrir los siguientes objetivos:

1. Multiplicación de las ferias del libro en España, cuya eficacia en orden a la difusión de nuestras publicaciones ha quedado repetidamente demostrada. Se hará así posible la existencia de cuatro circuitos de ferias, en lugar de los dos que actualmente se utilizan por falta de suficiente número de casetas para montar más. Será necesario, pues, dotar la construcción de otras cien casetas y prever la amortización y sustitución de las cien que hoy existen.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2. Exposiciones en el extranjero. Los medios actualmente disponibles obligan a estudiar con ánimo muy restrictivo las invitaciones y sugerencias que se reciben para organizar exposiciones fuera de España.

Sin embargo, es necesario establecer un programa adecuado que, en líneas generales alcanzará los siguientes objetivos:

- Una exposición de libros de carácter general para celebrar cada año en Europa y otra del mismo carácter en un país hispanoamericano.
- Una exposición de libros de tema especializado (arte, ciencias, técnica, «pocket books», etc.) cada año en un país hispanoamericano y en otro ajeno a nuestra área idiomática.
- Una exposición itinerante, con carácter permanente, en un circuito de capitales europeas, otra en las zonas hispanoamericanas de los Estados Unidos, y, en último lugar, una tercera en América Central, que podía ser derivada de la segunda. Mantenimiento de la delegación del INLE en Centro América los resultados de cuya actuación justifican sobradamente su existencia, hoy comprometida por razones económicas.
- Creación de delegaciones del INLE en puntos en los que la actividad privada de los editores no es factible, como, por ejemplo, Filipinas, Nueva York, Puerto Rico y quizá El Cairo.
- Creación de librerías españolas, en asociación con entidades privadas, si esa fórmula parece tener suficiente base legal. Las librerías previsibles habrían de radicar en Francfort, París, Roma, Manila y Nueva York.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

3. Promocionar los autores españoles, buscando y obteniendo para ellos relación con editores extranjeros, al objeto de que la actual literatura española, no siempre adecuadamente conocida más allá de nuestras fronteras, obtenga la necesaria difusión.

El INLE tiene montada una oficina que está obteniendo considerables éxitos en este terreno tan difícil. Viene publicando boletines con reseñas de obras aptas para traducir, ha publicado un «Quién es quién» en las letras españolas, cuya segunda edición prepara, y está en permanente contacto con talleres de artes gráficas con el propósito de encauzar hacia España la impresión de libros de edición extranjera, aspecto este último de gran importancia, ya que, como es ilógico, es de mayor interés para nuestro país exportar libros impresos aquí, a base de papel español y mano de obra española, que importar esos mismos libros impresos en el extranjero.

Pero esta tarea está alcanzando un nivel de eficacia que no podrá rebasar si no se ponen a su disposición los medios necesarios, hoy reducidos y escasos, por las disponibilidades económicas del INLE.

La realización de las actuaciones programadas en materia de promoción del libro, así como la conveniencia de dotar al INLE de instalaciones para sus servicios centrales más acomodadas a sus exigencias de funcionamiento, requerirá una inversión pública de 166 millones de pesetas en el cuatrienio.

16.5. Resumen de actuaciones

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La consecución de las cifras de producción y venta que se proponen como objetivo del III Plan de Desarrollo en lo que se refiere a la industria editorial, requiere llevar a cabo diversas actuaciones, entre otras:

1. Para la concesión de los créditos, debe ser fundamental, a tal efecto, el análisis de la solvencia de los editores y, en consecuencia, de la adecuación del crédito respecto a cada uno de ellos, utilizando los servicios de analistas expertos en la industria editorial, dadas las especiales características de la estructura económica de la misma, cuestión ésta que ha quedado reflejada en el presente trabajo.
2. Un sistema ágil y práctico para la reposición del papel sería conveniente mediante el establecimiento de baremos fijados por kilos y por calidades máximas o promediadas.
3. Actualizar y completar las disposiciones legales que afectan a esta actividad.
4. Campañas de difusión de los libros españoles en los mercados interior y exterior.
5. Ampliación del, número de ferias del libro en España.
6. Dos exposiciones anuales, una en Europa y otra en Hispanoamérica, de libros de carácter general, con independencia de las exhibiciones que actualmente se llevan a cabo en Lisboa, Niza, Bolonia, Varsovia, Bruselas y Francfort.
7. Dos exposiciones anuales, una en Europa y otra en Hispanoamérica, de libros de temas especializados (arte, pedagogía, ciencias, técnicas, etc.).
8. Tres exposiciones itinerantes con carácter permanente.
 - a. En un circuito de capitales europeas.
 - b. En zonas hispanófonas de los Estados Unidos.
 - c. En América Central.
9. Mantenimiento de la actual delegación del INLE en Centro América.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

10. Creación de delegaciones del INLE en puntos en que no es factible la actuación promotora de los editores españoles: Filipinas, Nueva York, Puerto Rico y, quizá, El Cairo.
11. Creación de librerías españolas en el extranjero: Francfort, París, Roma, Manila y Nueva York.
12. Promoción de los autores españoles en el extranjero.
13. Multiplicación de las bibliotecas públicas en España y dotación a las mismas de fondos bibliográficos, locales y personal.

17. El disco

17.1. Evolución del mercado del disco y previsiones sobre el mismo

1. La lenta evolución en el pasado del mercado del disco, dentro del panorama del desarrollo económico nacional, aceleróse en los últimos años, como consecuencia del incremento de la renta per cápita derivado del positivo avance de nuestra economía. Dicha evolución pareció alcanzar su cima en el año 1969. Sin embargo, 1970 mostró ya un cierto retroceso en esta línea progresiva. Una razón explicativa de ello está en la proliferación de casas distribuidoras, productoras y grabadoras —treinta y tres en la actualidad—, que revierte en una dispersión de fuerzas y (en una competencia creciente y un tanto desordenada. Tal proliferación ha motivado una situación inflacionista, no sólo de discos, sino también de artistas —cantantes, conjuntos—, que en muchos casos resulta (incontrolable aún para las firmas más prestigiosas.

Con un promedio mensual de trescientas novedades y una venta promedia de 2.000 copias en el 80 por 100 de los lanzamientos, el equilibrio entre los nuevos lanzamientos y la cobertura de costes no se logra.

Se estima en 8.000 el número de copias que se necesita vender para hacer rentable un disco; y el desnivel que se origina no son capaces de compensarlo las ventas que integran el 20 por 100 restante, pues sólo en casos excepcionales una «novedad» supera las 50.000 copias de venta.

Por otra parte, la falta de apoyo oficial a la difusión del disco clásico (al que no se le reconoce, como se le reconoce al libro, su condición de vehículo de cultura, gravándole en igual medida

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

que al de música popular y moderna), ha hecho que su venta se reduzca en los últimos años de un 10 a un 3 por 100.

La expansión del disco está lógicamente ligada a la del «tocabiscos» y es preciso, por tanto, incrementar las ventas de este si se quiere que las de aquél no se estacionen. Los últimos datos disponibles cifran en un millón y medio el número de tocabiscos en poder de las familias españolas, con una venta bruta de 200.000 aparatos al año.

Más dudoso se presenta para el disco el panorama del quinquenio 1976-1980, dada la aparición de un peligroso competidor: el «musicassette», que lentamente se hace sitio en el mercado español. Cuando el precio de este nuevo ingenio reproductor de sonido se ajuste un poco más a la economía del español medio, la industria discográfica habrá de experimentar un desplazamiento hacia este sistema, introducido ya con éxito arrollador en los mercados europeos y americanos. A su zaga camina el «videocassette», invento no complementario, sino con fuerza suficiente por sí mismo para revolucionar no sólo el futuro del disco, sino el de nuestra propia cultura. Y si la irrupción del «videocassette» se prevé a más largo plazo, la del «musicassette» es ya una realidad entre nosotros, digna de ser considerada muy seriamente.

En resumen, y por lo que al cuatrienio inmediato respecta, el mercado del disco español puede desarrollarse lenta, pero favorablemente, sobre todo si se establecen determinadas limitaciones a la proliferación de industrias insuficientes en sus medios y sus posibilidades, y si se protege de alguna forma el disco clásico, hoy absolutamente desasistido.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

2. Según las últimas estadísticas, los factores que inciden en el mercado discográfico se hallan expresados en la tabla XVII.1, desglosados por años en el quinquenio, 1965-1969, estimación de los años 1970 y 1971 y próximo cuadrienio 1972-1975, objeto de este III Plan de Desarrollo.

El desarrollo biológico de la población, el incremento de la renta per cápita y el establecimiento de nuevos hogares, son factores para la evolución del mercado del disco, estudiados ya más profundamente en otros capítulos del presente Plan. Por ello, nos limitamos a consignarlos sin extendernos en comentar las peculiaridades de su dinámica.

La producción de tocadiscos en España tiende a estancarse en la cifra de 2010.000 por año, lo que, camarada con el progresivo aumento de los conceptos anteriormente reseñados, significa un descenso de su grado de penetración en nuestro mercado, contrariamente a lo ocurrido en otras economías europeas en las que evolucionaban en paralelo. Este fenómeno pudiera explicarse por la mayor presión fiscal que vienen soportando últimamente estos artículos de «lujo relativo» y por la aparición ya señalada de «musicassettes» y otros aparatos reproductores de sonido que diluyen la demanda potencial de tocadiscos.

El número de «magnetófonos a cassettes» existentes en el mercado en 1969 era de poca importancia, teniendo en cuenta que su fabricación acababa de iniciarse en España. Los incrementos previstos para el cuadrienio 1972-75, permiten situar nuestras estimaciones al final del mismo en el 50 por 100, aproximadamente, del número de tocadiscos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Según el «Anuario Estadístico», la producción de discos en el país evoluciona, como hemos indicado, con fuertes incrementos, en el período 1965-1969, alcanzando su punto de inflexión en dicho año, para estabilizarse a partir de 1970 y proseguir con aumentos anuales que oscilan entre el 6 y el 8 por 100.

Las primeras «musicassettes» aparecidas en nuestro mercado (1968), fueron de importación. En 1969 se ha logrado nacionalizar completamente la producción de este artículo, con el consiguiente ahorro de divisas. La positiva evolución en la fabricación de reproductores comportará un lógico incremento en la de «musicassettes», si bien el elevado precio de este artículo hace pensar que su demanda seguirá viéndose frenada por este factor.

TABLA XVII.1

EXPECTATIVA

	Unidad	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975
Población total	Miles h.	31.604	31.967	32.291	32.621	32.949	33.290	—	—	—	—	—
Renta per cápita	Pesetas	—	39.720	43.193	47.378	51.679	—	—	—	—	—	—
Número de hogares	Miles h.	7.901	7.992	8.073	8.155	8.237	8.323	—	—	—	—	—
Tocadiscos existentes	Miles u.	815	963	1.125	1.296	1.467	1.650	1.850	2.050	2.250	2.450	2.650
Reproductores musicales existentes	Miles u.	—	—	—	80	170	300	480	680	880	1.040	1.200
Discos producidos*	Miles u.	10.558	12.181	13.162	15.437	17.797	17.850	19.200	20.700	22.000	23.300	24.700
Musicassettes producidos	Miles u.	—	—	(imp.)	74	288	700	750	9000	1.000	1.150	1.350

*En estas cifras totales están incluidos, además de los discos vendidos según los sistemas de comercialización, comentados más adelante, los que integran los «stocks»

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de las compañías y los que —dada la rápida obsolescencia de este producto— son destruidos.

3. El número de unidades producidas de una misma referencia de catálogo es muy variable. Depende no solamente del éxito comercial del disco, sino del género de música grabada.

Se puede estimar que solamente un 20-25 por 100 de todos los discos lanzados al mercado español alcanzarán la venta de más de 2.000 ejemplares.

La tirada media se puede calcular entre las 500 y las 1.500 copias en música popular. Como para cubrir gastos de una grabación de tipo medio se necesitaría vender más de 8.000 ejemplares, es evidente que la mayoría de los discos grabados producen pérdidas.

Ahora bien, los beneficios que producen los discos que alcanzan altas cifras de ventas, compensan las pérdidas producidas por los otros que no superaron la cota mínima rentable.

En música clásica, tirada media oscila entre 250 y 300 ejemplares.

4. Respecto al número de referencias en catálogo, depende del tipo de Empresa y de la clase de música que comercializa.

Una compañía con un gran repertorio clásico mantiene más números en catálogo que otra solamente dedicada a vender música moderna. El repertorio clásico tiene una mayor supervivencia que el popular.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

En líneas generales, podemos afirmar que las grandes compañías con repertorio clásico internacional tienen un catálogo con unas 2.000-2.500 referencias. El catálogo de las compañías pequeñas oscila entre los 500 y 1.000 números.

5. La actividad de las empresas fonográficas puede ser industrial, comercial o ambas cosas a la vez. Así, hay empresas que poseen estudio de grabación, fábrica de discos y red comercial de distribución, mientras que otras poseen alguno o algunos de tales medios. Ello condiciona el número de productores empleados en cada una de ellas, y, en tal sentido, podría establecerse la siguiente clasificación de empresas, referida al 31 de diciembre de 1970:

	Empresas
Empresas grandes Con más de 100 productores	8
Empresas medianas Con 25 a 100 productores	8
Empresas pequeñas Hasta 25 productores	17
Total	33

Disponen de fábrica solamente ocho de dichas empresas. En el futuro, podrían arbitrarse medidas que delimitaran unas exigencias mínimas para el establecimiento de nuevas compañías de discos, tal como se hace en determinadas industrias.

17.2. Comercialización

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

1. Existen actualmente en España unos 25-30 mayoristas, concentrados principalmente en Madrid y Barcelona, aunque cubren gran parte del país y alrededor de 1.500-1.700 tiendas que venden discos. Es muy notable que poquísimas de ellas se dedican en forma exclusiva al disco. La mayoría lo tratan como un producto más, sin darle demasiado énfasis.

En líneas generales, puede decirse que los grandes almacenes y mayoristas muestran una tendencia expansiva, mientras que los pequeños comercios dedicados a la venta de diversos artículos tienden a disminuir la de discos.

2. Actualmente se exportan pocas discos. Estas exportaciones están dirigidas principalmente a aquellos países con quienes no existen contratos de cesión de repertorios. Cada vez va tomando más incremento la cesión al extranjero de repertorios grabados en España, muy especialmente a los mercados hispanoamericanos.
3. Las ventas a través del sistema de clubs se encuentran actualmente en un período estacionario, debido sobre todo a la dificultad de obtener repertorio adecuado (precio, calidad, intérprete) para dicho sistema de ventas. Se espera un aumento en la producción de discos educativos, dentro de lo limitado de sus posibilidades. En cuanto a la difusión de los discos publicitarios, está supeditada a los planteamientos de las campañas de las casas comerciales, que suelen variar muy frecuentemente sus sistemas, por lo que es muy difícil prever su desarrollo futuro.
4. La incidencia del «stock» en los resultados finales de las ventas debe ser tomada muy en cuenta. Dado que el disco es un auténtico «producto perecedero», cuyo éxito depende muchas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

veces de circunstancias imprevistas, y cuyas ventas suelen caer verticalmente en períodos cada vez más cortos de tiempo, las compañías precisan disponer de un «stock» importante para poder atender los pedidos en el mismo momento en que se producen. Los «plazos de entrega» suelen ser vitales para la venta del disco. Debido a ello, el «stock» constante tipo puede suponer una cifra del orden del 35-40 por 100 de la producción total, con la consiguiente inversión y el correspondiente riesgo que supone el hecho de que un 50 por 100 de ese «stock» se quedará sin vender. Es decir, que un 20 por 100 de la producción total de la industria se puede considerar incorriente e invendible, con la ilógica incidencia sobre el resultado final económico de las compañías.

17.3. Inversiones

Las inversiones en estudios de grabación, maquinaria e instalaciones fabriles y oficinas y establecimientos comerciales constituyen capítulos de constante atención en todos los planes financieros de las compañías discográficas. Su evolución, expresada en la tabla XVII.2, prueba cómo, a pesar de haberse realizado fuertes inversiones en el quinquenio 1965-1969 —y salvando el «gap» deflacionario que supone el ejercicio de 1970—, la industria se prepara para acometer otra vigorosa fase inversora en los sectores de estudios de grabación y comerciales. No se prevén, en general, renovaciones tan rápidas en los equipos e instalaciones fabriles, ya que el mercado se encuentra bien abastecido por las fábricas existentes, y sólo las sustituciones lógicas impuestas por los adelantos técnicos o la edad económica de los activos serán objeto de inversión inmediata.

Un capítulo muy peculiar de la industria fonográfica es la inversión en artistas y grabaciones, la cual se prevé muy elevada por los siguientes motivos:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Mayor número de registros a realizar por cada una de las empresas que concurren a este mercado.
- Mayor coste unitario de los mismos, por:
 - a) Inflación de demanda sobre los valores artísticos existentes.
 - b) Nuevos intermediarios (productores independientes, empresarios...) que gravan los registros.
 - c) Complejidad técnica y calidad sonora requeridas por el mercado.
- Anticipos y préstamos exigidos en el momento de la contratación y, con frecuencia, difícilmente recuperables.

TABLA XVII.2

INVERSIONES DE LA INDUSTRIA FONOGRÁFICA

(En millares de pesetas)

Activos	Quinquenio 1965-1969	Estimación 1970	Estimación Quinquenio 1971-1975
Estudios de grabación	56.700	12.880	65.000
Maquinaria e instalaciones fabriles	172.000	12.000	80.000
Edificios, oficinas, establecimientos comerciales, almacenes, etcétera	91.000	7.200	127.000
Inversiones en artistas y grabaciones	135.600	27.500	200.000
Total inversiones	455.300	59.580	472.000

17.4. El disco como vehículo de cultura

Por diversas razones derivadas de nuestra estructura social, los discos son hoy un instrumento de difusión cultural de muy considerable importancia.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Lo que supuso en tiempos el libro, en orden a la transmisión de la cultura a través de la Palabra escrita, encuentra hoy su paralelo en el disco, en lo que se refiere a la transmisión de la música, sin olvidar su progresiva utilización para la difusión de poemas y otros textos literarios y educativos.

El libro y el disco, cinta o fonograma, son, pues, los vehículos que, a través de sentidos distintos —la vista y el oído— cumplen análoga finalidad cultural. Sin embargo, el libro está exento del impuesto de lujo, en tanto que el disco soporta un elevado gravamen por este concepto, que recientemente se incrementó de modo notable.

La aplicación del impuesto de lujo a la venta de discos, produce la incongruencia de que si la música está recogida en una partitura, no sólo no abona dicho impuesto, sino que se beneficia de las exenciones tributarias concedidas a los libros, en tanto que la misma música, grabada en un disco, se considera como artículo de lujo.

No puede olvidarse que el disco ha llevado a las más modestas capas sociales nombres que antes no conocían (Mozart, Beethoven...), y que incluso han hecho populares a través de arreglos y orquestaciones propicias.

La presión fiscal que el disco en general (y el de música clásica en particular) soporta, no favorece en nada su expansión; antes bien, la constriñe, hasta el punto de que, como antes se ha señalado, la venta del clásico ha pasado, en los últimos años, de un 10 a un 3 por 100 de la total.

Sería conveniente considerar la posibilidad de liberar a este tipo de disco de esa presión fiscal, lo que redundaría no sólo en el ámbito cultural del país, sino también en el económico, ya que se incrementaría

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

sin duda su difusión y venta, hoy condenada —a la vista de lo que viene ocurriendo— a sobrevivir lánguidamente en reducidas minorías.

17.5. Mercado común y americano

El acercamiento de España al Mercado Común y su entrada en él abre un campo interesante a nuestra industria fonográfica, y en especial a nuestra propia música. A lo largo de los años, la primacía musical, en cuanto a gustos y tendencias, ha pasado sucesivamente a Francia, a Italia y de ésta a la música angloamericana; las últimas estadísticas demuestran que el 70 por 100 de la música ligera, popular o moderna de producción extranjera que se vende en España tiene origen angloamericano. La aguja que marca este desplazamiento de gustos y tendencias pudiera, en un futuro próximo, señalar nuestra hora. Contamos para ello con una numerosa población que habla nuestra lengua y que tiene rasgos culturales paralelos a los nuestros, cuando no heredados directamente de nuestra mejor tradición. Decimos no sólo Hispanoamérica, sino otros pueblos, tal como el puertorriqueño, metido como una cuña en el corazón de Norteamérica, con algunos cantantes, hoy de valía universal, que alternan en sus repertorios las lenguas inglesa y española.

La música española goza de las preferencias de nuestros visitantes de todas las nacionalidades. He aquí el vehículo más fácil para rebasar nuestras fronteras con discos y cintas que encierran, fiel y dignamente, lo mejor de nuestro acervo musical. En este sentido, hay una gran labor por hacer y un ancho campo de posibilidades, que aún se extenderá más si nuestros medios competitivos se colocan a la altura de los europeos y de los restantes países del mundo.

18. Medios técnicos al servicio de la enseñanza

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Este sector comprende a todas aquellas actividades relacionadas con la información, fabricación y comercialización de aparatos didácticos y material docente con los fines de:

- Mejorar las posibilidades de hacer asequibles para su examen, manejo y compra los más modernos instrumentos didácticos a las autoridades y educadores, celebrando las exposiciones, seminarios y conferencias oportunas, como el pasado DIDASTEC 1.
- Ampliar la difusión de nuestra cultura hispánica hacia un mercado de nuestra lengua, particularmente en Hispanoamérica, editando diapositivas, películas y otro material de paso que amplíen el conocimiento en aquellos países del acervo patrimonial de España y revitalicen las utilidades de su lenguaje vernáculo.
- Contribuir a la disminución del fuerte dispendio que aparece la adquisición de material didáctico de todas clases por los centros de enseñanza, toda vez que esto puede alcanzarse con una fabricación bien orientada y sistematizada, especializada y competitiva a la vez, que pueda atender tanto la demanda interior como, con sus excedentes, las exportaciones ya iniciadas y en vías de aumento esperanzador, con la lógica consecución de ahorro en el gasto de divisas, por un lado, y el incremento en la entrada de las mismas por otro.

18.1. Previsiones para el cuatrienio 1972-1975

La lenta evolución del mercado de aparatos didácticos y material docente a lo largo de varios años, ha venido superándose en los últimos tiempos, primero y muy principalmente, por el aumento de la renta per cápita en España, índice de positivo avance de nuestra economía y, en segundo lugar, por lo que pudiéramos llamar un afán de superación de todos los españoles, que desean aumentar su cultura en todos los órdenes y se muestran siempre interesados por las novedades del

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Sector, como ha quedado bien patente por el número de visitantes de toda escala social que han pasado por DIDASTEC 1.

Si a estos buenos deseos generales se unen los beneficios indudables que reportará a la enseñanza la nueva ley General de educación, ha de esperarse un proceso evolutivo del mercado de características espectaculares.

Es importante el crecimiento de la población por el mero desarrollo biológico producido por la creación de nuevos hogares, factor que también incide de una forma poderosa en este mercado, ya que hay que prever la necesidad de nuevas plazas escolares, con la consiguiente utilización de las nuevas técnicas y materiales que cada día aparecen.

Según «Datos y cifras de la Enseñanza en España» (tomo 1, Estadísticas), vemos (en millones de pesetas) que:

	1968	1975
Presupuesto general del Ministerio de Educación y Ciencia	28.358,6	51.060,0
Gastos en medios audiovisuales y técnicos del Ministerio de Educación y Ciencia	922,0	1.985,0
Gastos en dichos medios del resto de inversores	817,0	1.753,0
Total de gastos en medios técnicos para enseñanza	1.739,0	3.738,0

Tal incremento previsto de los gastos equivale a un aumento superior al 100 por 100 en las inversiones a realizar durante el cuatrienio de vigencia del III Plan.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Es natural que este fuerte aumento de demanda dé lugar a unas necesidades superiores de producción, cuyo volumen se estima alcanzará en el año 1975 un importe de 4.859 millones de pesetas, superior en casi 2.000 millones a la producción de 1968.

Estas cifras son indicativas y, naturalmente, referidas exclusivamente al mercado interior, por lo que pueden considerarse susceptibles de aumentar en un 20 por 100 si se logra introducir nuestros fabricados en los mercados exteriores.

Para que las previsiones indicadas se cumplan en la forma más eficaz posible, habrá que abordar la resolución de los problemas que tienen planteados el sector y que expuestos en forma esquemática son los siguientes:

- Continua elevación del coste de producción.
- Excesiva presión tributaria.
- Insuficiente desarrollo de los canales de distribución en el exterior, pese a la existencia de un mercado potencial extraordinario en los países de habla hispana.
- Carencia de una programación de necesidades de instalaciones, materiales y equipo que, eventualmente, puedan cubrir la fabricación necesaria para estos ambiciosos proyectos.

18.2. Acciones a realizar

Estos problemas pueden ser solucionados mediante una serie de acciones que pueden emprenderse dentro del período de vigencia del III Plan de Desarrollo, y que, en líneas generales, son:

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Estímulos y apoyos para conseguir el mejor y más bajo coste de producción, mediante la ampliación y modernización de las instalaciones fabriles.
- Incremento de la exportación, mediante la mejora de los canales de comercialización en el exterior a través de una intensa labor de propaganda y difusión.

Otra de las acciones a realizar es la que tiende a conseguir un proceso de unión, concentración o función de empresas que permita el óptimo lógico para 1975.

El aumento de la producción y de las ventas lleva implícitos unos mayores gastos de comercialización, tanto mayores cuanto que la diversificación de empresas distribuidoras equivale a multiplicar por el número de éstas una serie de gastos. Estos gastos de comercialización y lanzamiento deben cifrarse en un mínimo del 10 por 100 de la inversión a, realizar para el incremento de la producción en el mismo período, o, sea unos 258 millones de pesetas.

También debe considerarse como acción a realizar, muy importante, la venta a mercados extranjeros de aparatos didácticos y material docente.

En nuestro caso, y dadas las especiales características de gran parte de nuestra producción (libros, discos, diapositivas, etc.), tenemos que tender a introducirnos en los países hispanoamericanos y, quizá, en algunos europeos, en lo que hace referencia para estos últimos a la divulgación del patrimonio artístico español.

La creación de una oficina permanente de promoción de ventas al exterior será un logro de incalculable valor para la realización de estos deseos.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Se encargaría esta oficina de estudiar el establecimiento de convenios o acuerdos internacionales en materia de medios técnicos al servicio de la enseñanza; regular e intensificar la propaganda, publicidad y participación u organización de certámenes patrocinados o subvencionados y, por último y dentro de la misma, establecer un sistema de control de calidad de materiales y laboratorios de investigación.

La realización de todos estos objetivos en orden a mejorar el nivel del comercio exterior de estas actividades requerirá unas inversiones no inferiores al 20 por 100 de las ventas en territorio nacional para promoción en mercados exteriores. Esto, naturalmente, aparte de las inversiones necesarias para el incremento de la fabricación.

19. Espectáculos varios

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

El sector de «Espectáculos varios» comprende los siguientes: toros, parques de atracciones, ferias ambulantes, salas de fiesta, salas de baile y tablaos flamencos.

19.1. Los toros

Constituyen por sí mismos un conjunto de actividades singulares que reúnen unas características propias y dotadas de una personalidad distinta a la de los demás.

19.1.1. Características de la «fiesta nacional»

Forman parte de este espectáculo las corridas de toros, novilladas con picadores, novilladas sin picadores, becerradas, toreo cómico, festejos benéficos, corridas de rejoneadores y sobresalientes. Vienen celebrándose anualmente algo más de 600 corridas de toros. En la tabla XIX.1 se ofrece el número de festejos celebrados en el quinquenio 1965-1969 con más detalles, pudiendo observarse pequeñas variaciones de un año a otro debido a que el número de reses de lidia está limitado al que pueden ofrecer los ganaderos. Sin embargo, es significativo el descenso que viene produciéndose en el número de novilladas con picadores y el correspondiente aumento de las corridas de toros. En la tabla XIX.2 se recoge el número de festejos taurinos celebradas entre 1960 y 1969 en aquellas plazas que ofrecieron mayor número de espectáculos taurinos. Debe destacarse también el incremento que va tomando el rejoneo a caballo; en 1967 se celebraron nueve corridas de rejoneadores y 33 en 1969.

TABLA XIX.1

ACTIVIDAD TAURINA NACIONAL

(1965-1969)

	1965	1966	1967	1968	1969
Corridas:					
Corridas de toros	491	615	631	603	628
Novilladas con picadores	518	506	457	399	389
Novilladas sin picadores	1.265	1.244	1.277	1.228	1.332
Becerradas	706	748	622	685	804
Toreo cómico	408	403	392	460	452
Festivales benéficos	101	114	166	188	172
Actuaciones:					
Rejoneo	377	434	488	478	621
Sobresalientes	1.621	1.711	1.843	1.914	2.098

TABLA XIX.2

**CIUDADES DONDE SE CELEBRAN MAYOR NÚMERO DE ESPECTÁCULOS
TAURINOS**

(1960-1969)

Plazas	1960		1961		1962		1963		1964		1965		1966		1967		1968		1969	
	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N	C	N
Barcelona (dos plazas)	39	27	47	18	46	17	43	23	47	20	48	20	69	28	53	9	45	9	44	13
Madrid (Monumental)	21	30	23	28	26	30	25	29	30	36	37	28	74	52	44	20	43	15	36	13
Madrid (Vista Alegre)	—	25	1	39	1	30	4	33	8	31	7	18	8	10	12	21	8	4	4	21
Valencia	10	26	10	27	10	24	16	28	19	24	17	21	20	41	16	16	18	14	13	18
Palma de Mallorca	20	10	25	5	25	5	26	6	25	5	28	5	43	2	32	—	30	1	29	2
Málaga	10	9	11	10	13	12	15	17	16	11	12	14	22	7	18	5	17	1	21	—
Sevilla	14	14	13	18	12	16	13	21	14	14	13	16	31	19	16	18	17	16	15	17
Zaragoza	7	11	7	13	7	15	7	13	9	14	8	11	13	22	8	12	8	12	8	10
San Feliú de Guisols	11	3	15	—	16	—	15	—	15	—	11	6	14	9	11	4	7	3	7	1
Bilbao	8	2	8	5	9	5	9	5	9	4	10	2	11	5	10	2	10	1	9	4
San Sebastián de los Reyes	—	—	—	—	—	—	—	—	6	27	2	18	5	29	5	19	2	18	—	9

C= Corridas

N= Novilladas

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Las personas que intervinieron en la celebración de los espectáculos taurinos pueden clasificarse en: empresarios de plazas de toros, matadores de toros y de novillos, rejoneadores, picadores y banderilleros, mozos de espada, cuadrillas cómicas y similares, apoderados taurinos y personal de plaza. El número de ellos actualmente activo puede verse en la tabla XIX.3.

TABLA XIX.3

PROFESIONALES ENCUADRADOS EN EL SECTOR TAURINO EN 1969

Matadores de toros	
Españoles	193
Extranjeros	37
Rejoneadores	
Españoles	56
Extranjeros	11
Matadores de novillos	
Españoles	903
Extranjeros	136
Toreros cómicos	221
Subalternos	
Picadores	436
Banderilleros	750
Mozos de espadas	877
Otros	
Apoderados	284
Empresarios de plaza	215
Personal al servicio de las plazas	4.775
Aspirantes encuadrados en el sector taurino en 1969	
Matadores y rejoneadores	5.066
Picadores	270
Banderilleros	380
Mozos de espadas	500

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otro lado, son fundamentales en la «fiesta nacional» los toros de lidia, que son criados con tordo esmero y cuidado en las dehesas de ganaderos especialistas, los cuales se preocupan de la «raza» y «Gasta» de sus vacadas con todo detalle. Puede establecerse la siguiente clasificación general de ganaderías:

	Vacadas
Zona Noroeste-Salamanca	51.060,0
Zona Centro-Norte	1.985,0
Zona Sur-Mediodía	1.753,0

De estas 269 vacadas, 260 suministraron reses a la «fiesta nacional» en 1969, con un conjunto de 3.700 toros, 2.300 novillos picados, 4.000 novillos sin picar y 2.900 becerros.

Las corridas de toros se celebran casi exclusivamente en las 346 plazas de construcción fija existentes en España. Solamente hay dos ciudades, Madrid y Barcelona, que disponen de dos plazas, teniendo las demás capitales de provincia una sala, excepto Orense y Cádiz, aunque sí las tienen dentro de su provincia La Coruña, Lérida, Lugo y Las Palmas que carecen totalmente. La distribución de las plazas se presenta con más detalle en la tabla XIX.4.

PLAZAS DE TOROS DE CONSTRUCCIÓN FIJA

(Año 1969)

	PLAZAS		
	Capital	Provincia	Total
Álava	1	—	1
Albacete	1	11	12
Alicante	1	6	7
Almería	1	3	4
Ávila	1	8	9
Badajoz	1	15	16
Baleares	1	6	7
Barcelona	2	—	2
Burgos	1	3	4
Cáceres	1	12	13
Cádiz	—	12	12
Castellón	1	1	2
Ciudad Real	1	12	13
Córdoba	1	6	7
Coruña (La)	—	—	—
Cuenca	1	12	13
Gerona	1	4	5
Granada	1	3	4
Guadalajara	1	4	5
Guipúzcoa	1	4	5
Huelva	1	13	14
Huesca	1	2	3
Jaén	1	17	18
León	1	3	4
Lérida	—	—	—
Logroño	1	6	7
Lugo	—	—	—
Madrid	2	15	17
Málaga	1	6	7
Murcia	1	12	13
Navarra	1	7	8
Orense	—	1	1
Oviedo	1	1	2
Palencia	1	3	4
Palmas (Las)	—	—	—
Pontevedra	1	—	1
Salamanca	1	7	8
Sta. Cruz de Tenerife	1	—	1
Santander	1	4	5
Segovia	1	3	4
Sevilla	1	19	20
Soria	1	3	4
Tarragona	1	—	1
Teruel	1	5	6
Toledo	1	19	20
Valencia	1	8	9
Valladolid	1	4	5
Vizcaya	1	3	4
Zamora	1	4	5
Zaragoza	1	10	11
Ceuta	1	—	1
Melilla	1	—	1
Total	48	297	345

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Otro tipo de plazas de toros, que se vienen utilizando desde hace tiempo, son las portátiles o desmontables, con aforos de cuatro a seis mil localidades y que son fácilmente desarmadas y transportadas de un lugar a otro aprovechando las Fiestas Patronales de cada localidad. También se utilizan desde muy antiguo las plazas naturales de cada pueblo o villa, debidamente cerradas con vigas y tablados y en donde se celebran novilladas sin picadores, becerradas y corridas de vaquillas. Una característica muy importante de los festejos taurinos es el interés que despiertan entre los extranjeros. El fenómeno turístico, cada día en aumento es, sin duda, uno de los factores positivos que contribuyen al desarrollo de la fiesta de los toros, ya que es un atractivo turístico complementario de bastante importancia.

19.1.2. Problemas de la «fiesta nacional»

Los empresarios de las plazas de toros que se deciden a dar un espectáculo taurino tienen las siguientes obligaciones inmediatas: en primer lugar deben acudir a las subastas convocadas al efecto para alquilar los cosos taurinos, en su mayoría propiedad de diputaciones y ayuntamientos, lo cual supone un desembolso importante en millones de pesetas, que han de recuperar en un limitado número de días de utilización; en segundo lugar deben satisfacer los siguientes impuestos: licencia fiscal, cuota de beneficio, impuesto sobre el tráfico de empresas (aplicable al ganado, a las localidades y a los servicios de plaza), impuesto del Consejo Superior de Protección de Menores, Sociedad General de Autores de España, guías fiscales para el ganado y tasas municipales; todo ello, unido al elevado precio de las reses y a las altas tarifas de los toreros, conduce al encarecimiento de la «fiesta».

Otro problema que pesa sobre la «fiesta nacional» es la ausencia de grandes figuras. Las preferencias del público por las corridas de toros, a costa de las novilladas es posible que sea la causa de ello, pues los

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

toreros se han de forjar o en las capeas pueblerinas —hoy afortunadamente desaparecidas— o con sus intervenciones en las novilladas, las cuales constituyen verdaderas secuelas de aprendizaje, ya que el novillero representa siempre el futuro de la «fiesta».

Por otra parte, las plazas de toros, escenarios exclusivos para la celebración de los festejos taurinos, reúnen unas condiciones especiales en cuanto suponen, la ocupación de una gran extensión de terreno de gran valor al estar situadas generalmente dentro de las ciudades y que se utilizan solamente unos pocos días al año. Suelen ser edificios antiguos y descuidados al ser su entrenamiento y conservación nulos por su baja rentabilidad, y la nueva construcción, debido además a su alta, inversión, está estacionada por todos estos motivos, no habiendo variado su censo desde hace varios años.

Podría ser una solución para mejorar su rendimiento alternar con los festejos taurinos otros espectáculos de tipo deportivo, cultural y recreativo, aumentando así su utilización al máximo.

También constituye hoy día un gran problema el futuro de la «fiesta» por la escasa asistencia, a la misma de la juventud, que la ignora; son minorías los muchachos que frecuentan las plazas de toros, y si se ven algunos, la mayoría no son españoles. La «fiesta nacional» es, evidentemente, un festejo popular, y actualmente está dejando de ser popular.

Entre los muchos atractivos con que cuenta España para despertar, cada vez con mayor fuerza, el deseo de todos los pueblos extranjeros por conocernos y que determinan y canalizan hacia nuestro país las preferencias del turismo mundial, uno de los más sugestivos son los toros, y a este afán emocional del extranjero por presenciar los festejos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

taurinos se debe, en gran parte, el sostenimiento de nuestra «fiesta nacional».

Si se tiene en cuenta el aumento en el número de turistas que nos visita cada, año, lógicamente debe crecer la capacidad de las plazas de toros para cubrir ese incremento marginal de visitantes, bien creando nuevos cosos taurinos —difícil por las razones de rentabilidad antes apuntadas— o aumentando el número de localidades en las plazas más significativas; también se deben remozar y adecentar los edificios, accesos, fachadas, etc., de casi todas nuestras plazas de toros, dándoles la máxima prestancia exterior e interiormente, mejorando los servicios, escaleras, pasillos, asientos y, en general, todos aquellos factores que pueden contribuir a lograr que el turista espectador se sienta más cómodo y le resulte más agradable el espectáculo, todo lo cual irá en beneficio de la fiesta de toros y, también, del prestigio de nuestras instalaciones en general. Se prevé que en el cuatrienio habrán de modernizarse treinta plazas y reconstruirse otras doce con una inversión del orden de los 500 millones de pesetas.

Otras acciones a realizar para conseguir una mayor expansión de la «fiesta nacional» son las siguientes:

- Incrementar la promoción de los toros entre la juventud y reconsiderar las trabas institucionales que impiden el acceso de los jóvenes a los cosos taurinos.
- Prestar una mayor atención a la calidad de los toreros y a la forma de lograrla, cuidando, su formación profesional.

19.2. Parques de atracciones y ferias ambulantes

Los parques de atracciones y las ferias ambulantes cumplen una función similar y poseen la característica común de desarrollarse en general al

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

aire libre. Se distinguen fundamentalmente porque los parques de atracciones disponen de unas instalaciones fijas, mientras que las ferias ambulantes se desarrollan en constante movilidad. La importancia de este sector se desprende de las cifras recogidas en la tabla XIX.5.

TABLA XIX.5

DATOS ESTADÍSTICOS DE PARQUES FIJOS DE ATRACCIONES E INDUSTRIALES

FERIANTES

(Año 1970)

	Empresas	Productores independientes autónomos	Inversión inmovilizada Millones
Parques fijos de atracciones	42	68	1.600
Industriales feriantes	321	2.632	1.976
Total	363	2.700	3.576

19.2.1. Características de esta industria

Los parques de atracciones por su condición de instalaciones fijas constituyen un atractivo permanente para el público de todas las edades y de cualquier ciudad. Representan un medio distraído y variado para ocupar el tiempo libre de una manera sana y activa, representando un espectáculo competitivo respecto a otros, más frecuentes, pero menos saludables. Por otro lado, su función de diversión es generalmente extendida a toda la familia, logrando, de esa forma, unir a la misma en un ambiente entretenido y disfrutar conjuntamente los momentos de ocio.

Para su instalación y establecimiento precisan de un desembolso económico de gran consideración. Aunque en nuestro país existen en contadas capitales, es previsible que se generalice su instalación en gran parte del territorio nacional, debido a las corrientes y modas de otros países, donde gozan del favor popular.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Entre sus funciones más determinantes como espectáculos podemos citar:

- Ocupa el ocio de una forma activa.
- Crea una diversión familiar.
- Cumple una función social
- Puede llegar a ser un motivo complementario de atracción turística. Promociona la industria nacional por su demanda de diversa maquinaria.
- Crea puestos de trabajo en número, importante.

Igual cometido cumplen las ferias ambulantes, con la diferencia fundamental de que su actividad no se desarrolla en un mismo lugar, sino que, de acuerdo con rutas determinadas, funcionan en distintas localidades aprovechando los días de las fiestas patronales de cada lugar. Quizá por ello sus gastos de transporte pesen en su economía, pero, en cambio, la utilización de sus instalaciones es más intensiva y completa.

Estos espectáculos están fomentados, amparados y protegidos por las corporaciones locales en todos los pueblos del ámbito nacional.

Ambos espectáculos semejantes van dirigidos, por ahora, al espectador estable y en todo caso al turismo interior y muy raramente al turismo extranjero.

Los problemas planteados en estas dos actividades industriales que cubren un mismo fin, son de la misma naturaleza en orden a la adquisición y mantenimiento de la maquinaria y aparatos empleados, cuestiones fiscales y relaciones laborales, pero teniendo en cuenta el carácter de permanencia de los parques de atracciones y de movilidad

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

de las ferias ambulantes, existen una serie de problemas que específicamente afectan a éstas y no a los primeros, por ello han de considerarse dos tipos de acciones para corregirlos, unos referidos a las dos actividades, en tanto que otros se referirán específicamente a las ferias.

19.2.2. Acciones a realizar en el III Plan de Desarrollo

Debido a las razones señaladas, parece conveniente, por lo que se refiere a los parques de atracciones, otorgar las diversas medidas de apoyo al sector, como facilidades para creación o desarrollo de empresas fabricantes de maquinaria que incluso podrían ser exportadoras de excedente.

Las industrias feriantes por sus características de movilidad y establecimiento temporal hacen muy difícil poder fijar las bases para su ordenamiento económico y más si se tiene en cuenta que se trata de explotaciones en un porcentaje elevadísimo de carácter familiar, por lo que no se plantea problema alguno en el aspecto social y sí únicamente en cuanto a su movilidad, desplazamientos, establecimientos y subastas de solares, instalaciones de tendido eléctrico, etcétera.

19.3. Salas de fiestas, salas de baile y tablao flamencos

19.3.1. Características generales

Los niveles de vida alcanzados en el transcurso de los últimos años en nuestro país, debido al progreso creciente y a la influencia que ello supone para facilitar la adopción de nuevas costumbres, unas nacidas en nuestra sociedad y otras importadas o adaptadas de nuestros visitantes extranjeros, así como el desarrollo en el pensamiento y en la

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

educación de nuevas ideas y conceptos de relación humana en que la ocupación del ocio y la necesidad de evasión del trabajo cotidiano en el esparcimiento, se presentan como necesidades sociales y biológicas para mantener el necesario equilibrio mental y físico, no sólo de los individuos, sino de la propia sociedad.

Es indudable que en este tránsito evolutivo ha tenido un papel preferente el turismo como fenómeno social, que día a día está más al alcance de las economías modestas al tener la consideración de la forma ideal de ocupación del ocio en los períodos de vacaciones.

La repercusión de estos fenómenos en el campo del espectáculo viene produciendo unos efectos que precisan del análisis, aunque sólo sea someramente. En tanto que el cinematógrafo y en general los esparcimientos de expectación en locales cerrados, se ven forzados a soportar la dura competencia de la televisión y de los movimientos de emigración transitoria como consecuencia de vacaciones breves, fines de semana y fiestas que provocan la facilidad de adquisición de automóviles; otras industrias de la misma rama, tales como salas de fiesta y salas de baile, establecimientos de prácticas deportivas de mar y montaña, van absorbiendo progresivamente en estos últimos años la parte de gastos que en la cobertura del ocio invierten los españoles, así tenemos que haciendo un estudio comparativo de estas actividades que en conjunto implican una constante que oscila del 73 al 74 por 100 del gasto total en espectáculos, se viene distribuyendo en la siguiente forma:

	1966	1967	1968	1969
Cinematografía	52,50	50,77	46,34	43,10
Salas de fiesta y salas de baile	20,57	23,51	26,77	31,80
Total	73,07	74,28	73,11	74,90

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Este cambio de sentido que hace discurrir a tal tipo de espectáculos desde el antiguo desprestigio dancing y cabaret que funcionaba como negocio tolerado en el concepto del mal menor, hasta la poderosa industria de salas de fiesta, cuyo desarrollo se planifica en todas las organizaciones turísticas del mundo y cuyo establecimiento se fomenta por las Administraciones de aquellos países que hacen de su industria turística internacional una de las fuentes de abastecimiento de divisas, ha tenido por fuerza su repercusión en España, que ha visto en menos de diez años multiplicarse por cien el número de establecimientos dedicados a tal actividad y muy particularmente en las regiones bañadas por el mar, más frecuentadas por el turismo, Como sucede con el litoral mediterráneo.

Esta industria en el desarrollo de su actividad tiene que contar con verdaderas organizaciones e inversiones inmovilizadas cuantiosísimas, que rebasan actualmente 4.000 millones de pesetas.

Nuestra industria hoy día la constituyen verdaderas empresas en que los negocios se plantean dentro de la solvencia y responsabilidad comercial, sus actuaciones se ajustan a normas de dignidad profesional, donde no se concibe el fraude premeditado, los atentados a la moral y buenas costumbres o la infracción de la normativa reguladora de esta industria en todos los órdenes, a pesar de que tanto el reglamento de policía de espectáculos de 1935, como gran parte de las disposiciones posteriores, muy escasas, resultan, en cierto modo, desfasadas en el tiempo, creando su observancia ciertas dificultades, por lo que resulta conveniente la promulgación de un ordenamiento específico que regule y normalice de forma más acorde con la realidad presente esta industria, cuya importancia queda recogida en los datos que se presentan en las tablas XIX.6 y XIX.7.

TABLA XIX.6

DATOS ECONÓMICOS

(Año 1970)

Establecimientos	Valor de la producción en millones de pesetas	Valor añadido bruto en millones de pesetas	Coste personal hostelería en millones de pesetas	Coste personal empleado en millones de pesetas
Salas de fiesta, tablaos flamencos y salas de variedades	4.545	1.877	921	1.396
Discotecas	2.854	1.102	438	657
Salas de baile	1.740	894	444	—
Total	9.139	3.873	1.803	2.053

TABLA XIX.7

DATOS ESTADÍSTICOS DE PARQUES FIJOS DE ATRACCIONES E INDUSTRIALES

FERIANTES

Establecimientos	Números de empresas	Personal ocupado de rama Coste hostelería	Personal ocupado de músico	Artistas de variedades
Salas de fiesta, tablaos flamencos y salas de variedades	661	9.462	19.422	20.186
Salas de bailes	3.091	9.891	—	—
Discotecas	671	5.844	—	—
Total	4.623	25.217	19.422	20.186

Bajo otro aspecto, se impone la regulación de esta actividad industrial, donde viene apareciendo de poco tiempo a esta parte, la fuerte competencia que tanto procede de su propia actividad como de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

establecimientos típicamente hoteleros, que al encauzarse hacia el turismo complementan sus instalaciones con auténticas salas de fiesta y salas de baile, incrustándose en esta vertiente de espectáculos.

Es evidente que salas de fiesta y tablaos flamencos constituyen en el día de hoy un motivo adicional para la atracción del turismo.

En España la fuente principal de ingresos de divisas proviene de turismo internacional, y este turismo utiliza las salas de fiesta, salas de bailes y tablaos flamencos como uno de los más típicos e importantes medios de distracción. Para que esta utilización sea perfectamente satisfactoria es precisa que se cuente con adecuados locales, buenos espectáculos y selectos servicios, lo que supone la existencia de numerosa plantilla de trabajadores, tanto en el aspecto artístico como en el aspecto propiamente hotelero.

El desordenado crecimiento de esta industria ha producido el efecto de crear núcleos de una excesiva densidad donde la competencia se presenta en términos de extrema dureza, en tanto que en otras zonas turísticas es escasa esta atracción; por ello consideramos sumamente importante la realización del necesario estudio, para establecer las distintas comarcas, declarando las zonas de preferente localización industrial y los topes máximos permitidos y las zonas de prohibición para establecer nuevas industrias de este tipo, ya que en otro caso, la masiva afluencia de las mismas produciría la falta de rentabilidad de las actuales instalaciones, con lo cual vendría la caída de esta industria como complementaria de las turísticas.

Es conveniente regular y reglamentar el funcionamiento de salas de fiesta, salas de baile, discotecas, tablaos flamencos, cafés-cantantes mini-teatros, etc., mediante la modificación del desfasado reglamento de policía de espectáculos, que data de 1935, y a tal efecto, seguir las

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

conclusiones y acuerdos de la 1 Asamblea Nacional de Empresarios de Salas de Fiesta y Salas de Baile, celebrada a finales del año 1968 en Palma de Mallorca.

Las discotecas vienen consumiendo por empresa un número de dos mil discos anuales y resultan ser los principales clientes de las casas grabadoras y distribuidoras de discos, por su proliferación permanente, sobre todo en las zonas turísticas del Mediterráneo. Esta modalidad plantea un problema de carácter social en relación con los derechos de los ejecutantes, recogidos en la contribución de utilización pública de disco, por disposiciones encaminadas a la protección de la obra fonográfica, vertida en la orden del Ministerio de Educación Nacional de 10 de julio de 1942, recaudándose este derecho a través de la Sociedad General de Autores de España, se transfiere la parte correspondiente a los intérpretes y ejecutantes al Sindicato del Espectáculo. En relación con este tema se hace preciso una normalización de la situación de los intérpretes y ejecutantes de los discos utilizados en espectáculos públicos.

19.3.2. Acciones a realizar

Se considera conveniente para mantener los niveles alcanzados por esta industria, instrumentar diversas medidas que contribuyan al desarrollo y consolidación de esta actividad, como por ejemplo:

- Confección del índice turístico, renovando las zonas de preferente localización, las de instalación restringida de nuevas industrias y las zonas cerradas donde se prohíbe la apertura de nuevas salas.
- Fomento para la formación de empresas de compañías y agrupaciones de variedades y folklore a la manera de los «Festivales de España», que en condiciones asequibles puedan presentarse como atracciones en salas de fiesta y tablaos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

flamencos, recogiendo las esencias fundamentales de nuestro arte nacional, de tan gran atractivo turístico.

20. Deportes

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La formulación de los objetivos para el planteamiento del III Plan de Desarrollo Económico y Social, plantea a la DND el problema de concretar las previsiones de su materia específica, que han de ser incluidas en la planificación general de aquél. Basta reflexionar unos instantes para darse cuenta que este problema exige efectuar un análisis, aunque somero no exento de rigor, sobre la materia, con radicación en varios campos de la actividad humana, originada por toda una serie de consideraciones vinculadas con el deporte y con la educación física, y la cual, por unas u otras causas, tiene implicación manifiesta, explícita o implícitamente, con el fenómeno deportivo, si nos fijamos con atención en las cuestiones que contiene.

El primer punto a considerar para decidir sobre el problema planteado, es aquel que justifica plenamente la misión de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes, y que consiste en conseguir unas generaciones sanas, alegres, con fuerza y vitalidad, con sentido de la norma y del equilibrio (del respeto mutuo y de la competencia leal y noble, que hagan, de la existencia española, una hermosa convivencia fraterna; de nuestro pueblo, un ejemplo de solidaridad, y de sus vidas, algo digno y tesonero, trascendental.

Pero si a la luz de la Historia se fija uno con atención en estas ideas expuestas, en seguida se verá, como dice Aristóteles, que desde los tiempos más remotos se ha puesto en evidencia que «hay ciertas cosas que es preciso enseñar a los jóvenes, no como cosas útiles o necesarias, sino como cosas dignas de ocupar al hombre libre, como cosas que son bellas». Entre ellas figuran, sin duda alguna, a juicio de dicho filósofo, y como elementos de la educación del hombre, la educación física y el deporte. Su Santidad Juan XXIII, con motivo de los Juegos Olímpicos de Roma, dejó dicho: «En el deporte pueden, en efecto, encontrar

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

desarrollo las verdaderas y sólidas virtudes cristianas». Tanto una como otra cita, permiten afirmar que el deporte debe ser tenido no sólo como una escuela de buenos hábitos, de formación en la observancia de las leyes y reglas y de higiene, sino como una escuela, forjadora de hombres. Esto es, de ciudadanos.

Después de lo que antecede, debemos conceder importancia a lo que sigue, ya que el continuado y creciente desarrollo económico-social, generado por los Planes I y II de esta denominación, dará a los españoles la posibilidad de disfrutar de unos mayores niveles de renta, que tendrán la virtualidad, indudablemente, de aumentar la demanda de ciertos bienes deportivos, que, en la actualidad, un determinado número de aquéllos no pueden disfrutar o satisfacer con plenitud.

Dentro de este orden de ideas, conviene recordar el papel importantísimo que posee, en la sociedad moderna, como factor de integración y de sanidad social, y como instrumento eficaz en la formación del hombre, la enseñanza y la práctica de la educación física. El Estado español, en la ley 77/1961, de 23 de diciembre («BOE» núm. 309) sobre esta materia, reconoce que tal disciplina es no sólo «una exigencia humana de nuestro tiempo», a la que viene a sancionar, sino un derecho y un deber de los españoles en virtud de que la educación física es una pieza esencial de la salud y del bienestar del pueblo. Por eso, proclama, en dicho texto legal:

«Ningún Estado que represente una, situación madura de cultura puede desconocer que entre las misiones educativas que le competen, la educación física adquiere una entidad en cierto modo paralela a la de la alfabetización, porque representa un esfuerzo ineludible para la puesta en vigor de su potencial humano mediante el acondicionamiento de sus plenas facultades intelectuales y corporales.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La enseñanza y la práctica de la educación física y el deporte es escuela de buenas costumbres, de disciplina, de energética y de salubridad. Es, a la vez, una forma de descanso activo frente el descanso pasivo, generalmente, con tendencias viciosas. Es, en fin, la más clara expresión de la sanidad, preventiva».

Pero, además, a estas razones alegadas, se unen las derivadas de la reciente ley 14/1970, de 4 de agosto, denominada «General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa» y que lleva consigo la reestructuración total de la enseñanza en todos sus estamentos y que exige prestar una urgente e inmediata atención, a la capacidad físico-deportiva de la educación general básica (Art. 15), a la educación física y deportiva del bachillerato (Art. 21) y al complemento deportivo de la formación integral de la juventud universitaria.

Esto exige, por consiguiente, en principio, establecer las bases reales de una estrecha colaboración entre los organismos del Estado, del Movimiento, de las corporaciones y de las entidades públicas y privadas, implicadas en la tarea expuesta y, después, potenciar los esfuerzos de todas ellas para hacer efectiva esta acción educativa en términos de eficacia y de rendimiento.

En seguida de estas consideraciones vienen las que se refieren al avance tecnológico, al cambio de las estructuras sociales, la mentalidad moderna sobre el ocio, la vacación y la vida al aire libre, al acortamiento de la jornada diaria y a la disminución de la semana laboral, todos los cuales son problemas de suma importancia que ya plantean a las sociedades humanas, el enigma de llenar de alguna manera el tiempo libre de sus miembros, cuyo vacío puede ser rellenado en gran parte con el ejercicio del cuerpo y del alma en la competición deportiva o en el ejercicio educativo.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Por otra parte, el acceso del hombre a niveles superiores de cultura; el alargamiento de la edad formativa de los niños, y la implantación paulatina de la educación permanente en todas las profesiones, cambiarán por completo los supuestos sobre las que hoy descansa la educación física y práctica deportiva, en el sentido de que estas dos actividades humanas serán básicas en la formación del hombre de nuestro tiempo.

A las cuestiones indicadas, hay que añadir las de la alta dirección, el fomento y la coordinación de la educación física y del deporte, que se encargan y se atribuyen a la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes, en el artículo 3º, capítulo II de la, ley 77/1961, de educación física, la cual recomienda creación de un plan deportivo, ya que es evidente que, para llevar a cabo esta ingente labor, se precisa una planificación cuidadosa. La improvisación puede a veces ser un recurso que solucione problemas momentáneos, pero si se quiere una labor seria, eficaz y de amplios" resultados, es obligado planearla adecuadamente, estudiando lo que se propone conseguir, los medios que se han de emplear y el modo cómo se han de aplicar estas medias a aquellos fines.

Nadie duda de la eficacia de la planificación en las actividades económicas y empresariales. También en el deporte es imprescindible si se quiere lograr la movilización y el mejor empleo de los medios — personales y económicos— que son necesarios para colocar a España en el lugar que creemos debe ocupar en el aspecto deportivo.

La creencia en la bondad de un plan, y la reflexión detenida, rigurosa, sobre la problemática que implicaba un asunto de esta naturaleza, motivó, en el año 1968, la formulación de uno General del Deporte y de la educación física y, en fechas recientes, determiné la realización de

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

estudios encaminados a conocer aquellos aspectos de la actividad específica de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes factibles de ser programados, con el objeto, primero, de abordar la tarea planificadora con eficiencia y con sentido de la realidad, y, después, para qué ésta posibilitase predeterminar la acción en términos de economicidad y rendimiento.

Además, coma precisión impuesta por la programación indicada, la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes puso al día el «Estudio de Módulos Deportivos», documento que recoge la descripción funcional y constructiva de cada uno de ellos, así como la estimación de su presupuesto global de construcción, elaborado todo ello con criterios estrictos.

Más tarde, de la inquietud suscitada por la planificación alrededor de los objetivos del sector de instalaciones, nació la necesidad de formular un «plan ideal de instalaciones deportivas» y así se llegó al conocimiento de su contenido. En virtud de los criterios expuestos en dicho estudio, se ha considerado como ideal el conseguir, para el año 1973, un Patrimonio en Instalaciones Deportivas cifrado en 54.846 millones de pesetas, equivalentes a una inversión de 1.500 pesetas por persona (en cuyas cifras no está incluido el coste de los terrenos necesarios, ya que se consideran únicamente las instalaciones deportivas en su sentido más obvio).

Por otra parte, se puede estimar el coste de las instalaciones existentes tomando como base los datos suministrados por el Censo Nacional de Instalaciones (1ª fase) elaborado con la colaboración del Instituto Nacional de Estadística. Y utilizando los mismos criterios de valoración empleados en el «plan ideal», cuya cifra asciende a 14.000 millones de pesetas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

La diferencia entre el patrimonio de instalaciones previsto para el año 1973, de acuerdo con el «plan ideal» y las existentes, asciende a 40.000 millones de pesetas, cifra difícil de enjugar a corto plazo.

Finalmente, en la actualidad, se está realizando un estudio orientado a determinar la aplicabilidad de las técnicas de la investigación operativa al desarrollo deportivo.

Se trata de concretar los factores que inciden en el desarrollo deportivo y su flujo cuantitativo respectivo, con miras a precisar la combinación óptima de aquéllos sobre los que es dable actuar, para lograr así, en el menor tiempo posible, y con la mayor economía de medios, la elevación del nivel deportivo del país.

Este estudio representa una novedad en materia de planificación deportiva y no disponemos de precedentes utilizables de otros países, por lo que ha de requerir algún tiempo llegar a conclusiones aprovechables.

A pesar de ello, se hizo conveniente acometer este estudio, que ha de servir de guía utilísima, para emplear, con criterio de máximo rendimiento, los medios económicos que, cada vez en mayor escala, se van aplicando al deporte, pues es evidente que sólo con una adecuada, proporción entre las distintas variables que influyen en el desarrollo deportiva, es dable conseguir el nivel deseado.

Tales son, poco más o menos, las razones que aconsejan prestar la máxima atención al deporte y a la educación física, y que invitan a concretar, para objetivos del uno o de la otra, las cosas de estas materias que pueden jugar un papel trascendental y resolutivo en la problemática de dos cuestiones expresadas en los párrafos que preceden a éste.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Así, pues, de la breve y concreta enumeración de los aspectos dispares reseñados, que pueden influir o ser tenidos en cuenta en toda programación del objeto y razón de ser de la DNEFD puede deducirse fácilmente, una vez conocidas las ideas expuestas, cuáles deben ser las líneas generales de acción para ésta en los años venideros; así como, igualmente, cuáles deben ser las previsiones aconsejables y convenientes para atender las necesidades previsibles que originan.

A la vista de estas consideraciones, parece recomendable que el esfuerzo principal se encamine a:

- Potenciar la educación física.
- Desarrollo del deporte en la Universidad, a través de clubs deportivos universitarios.
- Desarrollar la ley de Educación física en toda su plenitud y sentido real.
- Proseguir con la formación de la mentalidad deportiva.
- Efectuar la planificación ulterior al plan vigente, teniendo principalmente en cuenta los resultados y conclusiones que arroje el estudio sobre investigación operativa antes mencionado.
- Formar:
 - Profesores de educación física.
 - Monitores y entrenadores nacionales.
 - Monitores y entrenadores provinciales.
 - Maestros nacionales, instructores de educación física.
 - Gerentes de instalaciones deportivas.
- Promover el crédito deportivo que, además de potenciar los medios económicos de los propios interesados en las actividades deportivas, refuerza la conciencia de la solidaridad y el sentido de la participación responsable en el quehacer común.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Fomentar la creación de clubs deportivos, preferentemente escolares, y la construcción de sociedades deportivas populares.
- Extender el deporte y la educación física en la juventud y en la enseñanza.
- Construir el mayor número de instalaciones que los medios económicos permitan para tratar de cumplir, en la, medida de lo posible, el «plan ideal» de instalaciones; pero tomando como tiempo límite, no el fijado en dicho plan —año 1973—, sino el correspondiente al del III Plan de Desarrollo —1975—. Este retraso de dos años puede perfectamente admitirse, por no significar un desfase sensible dadas las bases óptimas en que está inspirado el «plan ideal» de instalaciones.

Teniendo en cuenta las posibilidades de tender a determinados objetivos con los medios financieros derivados de las apuestas mutuas deportivas, es esencial incluir en el III Plan de Desarrollo Económico y Social la previsión de recursos económicos para los siguientes capítulos específicos del Deporte:

- Realización de diversos trabajos de planificación.
- Elevación técnica.
- Instalaciones deportivas.
- Material deportivo.
- Trabajos de. planificación.

Este capítulo es de una importancia trascendental, pues es la base sobre la que se tendrá que edificar toda la política nacional del deporte de los próximos años. En primer lugar, es necesario el concluir y mantener al día el censo de instalaciones y entidades deportivas, dato estadístico de primer orden para conocer en qué situación nos encontramos en cada momento. Si lo anterior da la imagen física de lo que existe, habrá que complementar este dato, con aquél que nos

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

refleje cuál es evolución experimentada en el interés y práctica del deporte por los españoles. Este dato se obtendrá mediante la realización de encuestas, seleccionando diversas muestras poblacionales. Por último, entre estos trabajos de planificación figura la investigación operativa aplicada al deporte, citada anteriormente, y que se realiza con miras a determinar la utilización óptima de los recursos disponibles.

Elevación técnica

Objetivo paralelo al de conseguir que el deporte se masifique en cuanto al número de practicantes, es el conseguir una elevación técnica de todos estos mismos practicantes, que únicamente se puede alcanzar mediante la adecuada formación de un número cada vez mayor de personas que se dediquen a su enseñanza.

En el cuatrienio se atenderá concretamente a formación de 280 profesores de educación física, 1.800 monitores y entrenadores nacionales, 20.000 monitores y entrenadores provinciales, 4.000 maestros nacionales instructores de educación física y 1.000 directivos de instalaciones deportivas.

Instalaciones deportivas

En el cuatrienio 1972-1975, la DNEFD se propone la construcción de las siguientes instalaciones:

- 41 pistas de atletismo.
- 81 pistas polideportivas cubiertas.
- 1.780 pistas polideportivas descubiertas.
- 150 piscinas cubiertas.
- 298 piscinas descubiertas.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- 82 gimnasios.
- 369 campos de fútbol.
- 79 pistas de tenis.
- 10 frontones cubiertos.
- 84 frontones descubiertos.

La realización de las actuaciones programadas exigirá una inversión pública de 7.300 millones de pesetas, de los cuales, 2.000 serán financiados por los presupuestos generales del Estado y 5.300 con recursos financieros propios de organismos autónomos (Apuestas Mutuas Deportivo benéficas). De los 2.000 millones, 146,8 serán para instalaciones de educación física de la Sección Femenina, 300 millones para instalaciones de la Delegación de Juventudes y el resto para la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes.

21. Resumen de actuaciones

21.1. Las actuaciones en el cuatrienio 1972-1975

21.1.1. Acción cultural

- Creación de seis centros culturales en áreas urbanas periféricas de Madrid (2), Barcelona (2) y Valencia (2), y sostenimiento de centros culturales y artísticos ya existentes.
- Organización de exposiciones itinerantes de las obras de los grandes maestros de la pintura y de las nuevas corrientes de vanguardia. También concesión de becas para jóvenes estudiantes de pintura y creación de una exposición juvenil anual dotada de varios premios.
- Creación de campañas de divulgación musical, apoyo económico a las orquestas sinfónicas y creación de una orquesta sinfónica de la juventud.
- Formación del censo cultural de España.
- Creación de nuevos centros culturales españoles en Manila, Lisboa, Palermo, Viena, Países Árabes y Escandinavos y ampliación o restauración de los centros culturales de Dublín, Múnich, Academia de Bellas Artes de Roma, Instituto Cultural en Roma, Instituto Español de Londres, Instituto de Santiago en Nápoles, de diversas residencias culturales españolas en el extranjero, Pabellón de la Bienal de Venecia, Escuelas Españolas en Andorra y Biblioteca Española en París.
- Construcción o mejora de institutos de cultura hispánica en Brasilia, Sao Paulo, Río de Janeiro, Buenos Aires, México, Santiago de Chile, Quito, San Salvador, Lima y Barcelona.
- Construcción de un colegio mayor para universitarios y profesionales hispanoamericanos en Sevilla.

21.1.2. Cinematografía

- Creación de un centro de documentación teatral y un instituto de estudios e investigaciones teatrales.
- Celebración de certámenes y congresos de experiencias teatrales para la juventud y la infancia.

21.1.3. Teatro

- Producción de 350 películas en el cuatrienio.
- Distribución en el mercado interior de 1.300 películas extranjeras y 350 nacionales y exportación de películas por un importe de 25 millones de dólares.
- Construcción y modernización de estudios de rodaje y de doblaje y otras instalaciones fijas de producción.
- Construcción de 10 nuevos cines, mejora de otros 120 y automatización y modernización de 300 cabinas.
- Promoción pública del cine en el exterior y en el país.
- Reestructuración del sector, empleando para ello el crédito oficial y el Fondo de Protección a la Cinematografía Nacional.
- Realización en el cuatrienio, de al menos ocho campañas nacionales de teatro, a desarrollar cada una de ellas, con la intervención de cuatro compañías (32 en el cuatrienio), durante una temporada de setenta y cinco días de duración por campaña y compañía.
- Realización de dos festivales internacionales anuales, uno, de ópera, y otro, de verso o dramático.
- Realización anual de una campaña de teatro infantil de tres meses de duración.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Realización anual de seis ciclos de extensión teatral de dos meses de duración.
- Desarrollo de una política de ayudas que hará posible un positivo y eficaz fomento del teatro en sus actuales estructuras, para conseguir la elevación de sus niveles artísticos y culturales.
- Realización de ciclos nacionales, y actividades regionales y provinciales de teatro vocacional.
- Concesión de ayudas para el acondicionamiento de una red básica de instalaciones teatrales en el territorio nacional.
- Potenciación de los teatros nacionales.
- Intensificación de la presencia del teatro español en el extranjero.

21.1.4. Promoción del libro

- Organización de campañas de difusión de los libros españoles en los mercados nacional y exterior.
- Ampliación del número de ferias del libro en España.
- Organización de dos exposiciones anuales, una en Europa y otra en Hispanoamérica, de libros de carácter general, con independencia de las exhibiciones que actualmente se llevan a cabo en Lisboa, Niza, Bolonia, Varsovia, Bruselas y Francfort. Organización de otras dos exposiciones anuales, una en Europa y otra en Hispanoamérica, de libros de temas especializados.
- Realización de exposiciones itinerantes con carácter permanente en América Central, en zonas hispanófonas de los Estados Unidos y en un circuito de capitales europeas. Creación de delegaciones del INLE en Filipinas, Nueva York, Puerto Rico y El Cairo.
- Creación de librerías españolas en Francfort, París, Roma, Manila y Nueva York.
- Promoción de los autores españoles en el extranjero.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

- Multiplicación de las bibliotecas públicas en España y dotación a las mismas de los fondos bibliográficos, locales y personal en cuantía suficiente.

21.1.5. Deportes

- Formación de 280 profesores de educación física, 1.800 monitores y entrenadores nacionales, 20.000 monitores y entrenadores provinciales, 4.000r maestros nacionales instructores de educación física y 1.000 directivos de instalaciones deportivas.
- Construcción de las siguientes instalaciones deportivas:
 - 41 pistas de atletismo.
 - 81 pistas polideportivas cubiertas.
 - 1.780 pistas polideportivas descubiertas.
 - 150 piscinas cubiertas.
 - 298 piscinas descubiertas.
 - 82 gimnasios.
 - 369 campos de fútbol.
 - 79 pistas de tenis.
 - 10 frontones cubiertos.
 - 84 frontones descubiertos.

21.1.6. Otras actuaciones.

- Producción de más de 90.000 discos en el cuatrienio.
- La producción de material técnico al servicio de la enseñanza alcanzará en 1975 un importe cercano a los 5.000 millones de pesetas.
- Modernización de 30 plazas de toros y reconstrucción de otras doce.

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

21.2. La inversión pública

La inversión pública asciende en el cuatrienio 1972-1975 a 1.073,2 millones de pesetas para actividades culturales y a 7.300,0 millones de pesetas para actividades deportivas, y cuya distribución se recoge en la tabla XX.1. Afectan también al sector de actividades culturales algunas actuaciones recogidas en el Programa de Inversiones Públicas en otros sectores, como son:

Concepto	Sector del PIP en que se recoge	Importe total (Millones de pesetas)
Instituto de Cultura Hispánica	1. Educación y cultura	45,0
Instituto de Cultura Hispánica	12. Otros sectores	50,0
Dirección General de Relaciones Culturales	12. Otros sectores	26,5

TABLA XX.1

INVERSIONES PÚBLICAS EN EL III PLAN

(En millones de pesetas)

Conceptos	Presupuestos del Estado	Organismos autónomos	Corporaciones locales	Financiación exterior	Total
Actividades culturales	1.073,2 ⁽¹⁾	—	—	—	1.073,2
— Promoción cultural y artística	92,0	—	—	—	92,0
— Promoción del libro	166,0	—	—	—	166,0
— Promoción del cine	180,0	—	—	—	180,0
— Promoción del teatro	185,2	—	—	—	185,2
— Teleclubs	450,0	—	—	—	450,0
Actividades deportivas	2.000,0 ⁽²⁾	5.300,0	—	—	7.300,0

⁽¹⁾ De esta cifra se destinarán 60 millones de pesetas a dotar a la Delegación Nacional de Cultura de la Secretaría General del Movimiento.

⁽²⁾ Con cargo a esta partida se transferirán 146,8 millones de pesetas para instalaciones de educación física de la Sección Femenina y 300 millones para instalaciones de la Delegación de Juventudes.

RELACION DE MIEMBROS DE LA COMISION DE TURISMO E INFORMACION Y ACTIVIDADES CULTURALES

Presidente:

José María Hernández Sampelayo

Vicepresidente:

Adolfo Suárez González

Secretario:

Carlos Navarro Gómez

Asesores económicos:

Francisco Gallego Balmaseda

Carlos Royo-Villanova y Laguna

VOCALES

Jaime Abella de Castro

Ignacio Acha Sánchez-Arjona

Francisco Adrados Heras

Enrique Aguilar Campderrós

Luis Aguilar Samper

Luis Aguilar Sanabria

Fernando Agulló Soler

Joaquín Agustí Peypoch

Lucio del Aclamo Urrutia

Juan Antonio Alberich Cid

Ángel Alcaide Inchausti

Tomás Alda Morales

Federico Algarra Añón

Francisco Alonso Ruiz

José Ramón Alonso y Rodríguez-

Nadales

Manuel Álvarez Buylla y López

Villamil

Gabriel Alzamora López

Antonio Andréu Peón

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Victoriano Anguera Sansó
Rafael Ansón Ollart
Mario Antolín
Ernesto Antón Pastor
Santiago Aparicio Alcalde
José María Aparicio Arce
Daniel Aragonés Puig
Juan Carlos Aramburu
Jorge Arandes Massip
Juan de Arespacochaga y
Felipe
Félix Arévalo Sancho
Ángel Arias Palacios
Alejandro Armesto Buz
Jorge E. Arolas Martorell
José María Arozamena
Berastegui
Perfecto Artola Prats
José Ignacio de Arrillaga
Sánchez
Manuel Aznar Acedo
Manuel Baldellóu Ciprés
Alberto Bailarín Marcial
José Ballester Orrico
José Barceló Llorca
José Barcina Rodríguez
Juan Antonio Bardem Muñoz
Anunciación Barrachina Sancho
Esteban Bassols Monserrat
Alfonso Beamonte Aznar
Ángel Benito Jaén
Roberto Bieger Herrera

Tomás Blanco García
Antonio Blanco Loren
José María Bosch Miret
Francisco Bruguera Grané
Ernesto Brunet Ayllón
Pedro Cabrer Rodríguez
José María Cagijal Gutiérrez
Juan Luis Calleja y González
Camino
Sebastián Calvo Sohunt
Manuel Camacho y Ciria
Marcial Campos Fariña
José María Cano Delgado
Miguel Cañada Justé
José Carrasco Duaso
Rafael Carreño Fenoy
Fernando Casado Arambillet
José María Casado de Juan
Fernando Casamayor Casales
Luis Casanova Vila
Faustino Casanueva Sánchez
José Manuel Casas Torres
Eliseo Castañeda Abascal
Arturo Castilla Rodríguez
Ricardo Castillejos Rodríguez
Juan Antonio de Castro Núñez
Ignacio de Castro Vázquez de
Prada
Antonio Castro Villacañas
Carlos Caveró Beyard
Vicente Cebrián Carabias
José Juan Cebrián García

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Francisco Cembranos Mangas

Francisco Centeno Rodríguez

Luis Cereceda Delgado

Francisco Cernuda Romero-

Robledo

Pablo Civil Costa

Pedro Cobelas Schwartz

Pedro Coalla Mur

Juan Antonio Conde Ponte

Rafael Cores Pastor

Alberto Corral y López Dóriga

Enrique Cortina Conde Salazar

Adolfo Coteló Villarreal

Emilio J. Cristóbal Montes

Felipe Cruylles de Peratallada y

Ventosa

Victoriano Cuevas Roger

Joaquín Chapaprieta Ornstein

Francisco Chaves Torres

Manuel Delgado Aranda

Ramón Díaz García

Francisco Díaz Guerra

Alfonso Díaz de Bustamante y

Quijano

Francisco Díaz Rey

Rogelio Díez Alonso

Juan Antonio Doncel Amor

Ricardo Donoso Cortés y

Mesonero Romanos

José Antonio Elola Olaso

Francisco Enríquez Agos

Joaquín de Entrambasaguas

Evaristo Escorihuela Mezquita

Joaquín Esteban Perruca

José A. Ezcurra Carrillo

Luis Ezcurra Carrillo

Andrés Fagalde y Luca de Tena

Jorge Fanlo Nicolás

Alfredo Fauro Llorente

José Fernández Alonso

José Fernández Álvarez

Carlos Manuel Fernández-Shaw y

Baldasano

Félix Fernández-Shaw y

Baldasano

Daniel Fernández Cela

Manual Fernández Cante

José María Fernández-

Cormenzana Calvo

Luis Fernández Fúster

José Luis Fernández García

Antonio Fernández López

Ignacio Fernández Pizarra

Alejandro Fernández Sordo

Alfonso Font Illán

Eugenio Fontán

José Fouce Vila

Nicolás Franco Pascual del Povil

Pedro Galindo Vegas

Tomás Gallego Sánchez Palencia

Federico Gallo

José María García Ávila

Luis García Fernández

Julio García Ibáñez

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Ángel García Martín	Francisco Gutiérrez de Luna y
Fernando García Martín	Cámara
José García-Moreno y Navarro	Julio Gutiérrez Rubio
Antonio García Pablos	Fernando Gutiérrez Sánchez
Francisco García Ruescas	Jesús Hermida Vidal
Enrique García Ruiz	José Miguel Hernández Benedi
Miguel García de Sáez	Antonio Hernández Bueno
Julio García Valdés	Carlos Hernández Morán
José García Vázquez	Antonio José Hernández Navarro
Pedro Garicano Rojas	María Josefa Hernández
Isaías Garzón Oliver	Sampelayo
Juan Gaspar Bonet	José María Hospital López
Juan Gich Bech de Carrera	Eusebio Hualde Fernández
Fernando Gil Nieto	Felipe Huerta Palacios
Enrique Gimeno Tomás	Luis Ibáñez Tejido
Carlos Godo y Valls	José María Jardón Torroba
Ramón Gómez Centolla	David Jato Miranda
Aurelio Gómez Giménez	Julio Jiménez Gil
Juan Gómez González de la	Salvador Jiménez López
Buelga	Ignacio de Jové Ramírez
Luis Gómez Martínez	Antonio Juan Pastor
Bernardo Gómez Montorio	José Luis Kutz Muñagorri
Pedro González Bueno	Francisco Labadíe Otermín
Margarita González Liebmann	Juan Lacasa Lacasa
Carlos González Madroño	Alicia Lage y Cuñado
Casto González Páramo	Federico Laguna Aranda
Jaime González Pérez	Joaquín de la Lama Rivera
Rogelio González-Úbeda Ramírez	Belén Landaburu González
Elio Grafina García	Elisa de Lara Oslo
Fernando Grao Prieto	Luis María Lasala Emo
Federico Guillermo Grijelmo	Eduardo León Sola
Ribechini	Alberto Leyva Rey

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

José López Clemente
Juan Antonio López de Letona
Juan López Gálvez
Salvador López Lines
Eugenio López y López
Ignacio López Pérez
Feliciano Lorenzo Gelices
Joaquín Luaces Saavedra
Guillermo Luce de Tena
Fernando Luce de Tena Ita
Carmen Lorca Villaplana
Vicente Macián Salvador
Tomás Maestre Aznar
Emilio Magdalena Carreño
Adolfo Maíllo García
Antonio Marcos Mataix
Gerardo Mariñas Otero
Juan Marrero Portugués
Enrique Marsáns Comas
Miguel Martín García
Luis Javier Martín Uriz
Fernando Martín de Vidales
Fernando Martínez Candela
Juan Martínez Carcellé
Marcas Martínez Escudero
Pablo Martínez de Salinas y
Viader
Enrique Martorell
Francisco Marzal Martínez
Francisco Mas Esparza
Ricardo Masía Llompарт
Manuel Mata Villanueva

Joaquín Mataix Plana
Rafael Mateo Tarí
Casimiro Mathias Gil
José María Matéu Borrás
José Melián Sinisterra
Emilio Menéndez Martínez
César Molinero Santamaría
Mateo Mallevi Ribera
Francisco Moñino Díaz
Juan Mora Daza
Félix Morales Pérez
Ignacio Morilla Alonso
Santiago Moro Escalona
Adolfo Muñoz Alonso
Alejandro Muñoz Alonso
Guillermo Muñoz Goyanes
Francisco Muñoz Lusarreta
Cecilia Muñoz Robles
Vicente Muñoz Yebes
Carlos Murciano
Julián Muro
Anastasio Navarro Aranda
Pedro Nerecán Millar
Jaime Nos Ruiz
Eduardo Nolla López
Antonio Olías de Lima
Federico Olivencia Amor
Antonio Del Olmo Aires
Ernesto la Orden Miracle
Pedro Orgaz Librero
José María Ortiz Martínez
Manuel Ortiz Sánchez

III Plan de Desarrollo Económico y Social 1972-1975

Emilio Ovejero Morales

José de Pablo Muñoz

Manuel Padrón Quevedo

Baldomero Palomares Díaz

Enrique Pastor Mateos

José Antonio Peche Primo de
Rivera

Pascual Peco Aznar

Luis Pedival López

Mariano Peña Medina

Jesús María Peña Urmeneta

Luis Peralta España

Antonio Pérez-Caballero Moltó

Ernesto Pérez de Lama

Francisco Pérez González

Juan Peris-Mencheta y Peris-
Menchata

Jesús Polanco Gutiérrez

Salvador Pons Muñoz

Matías Prats Cañete

Alfonso Prieto de Arozamena

Manuel Prieto Moreno

Pilar Primo de Rivera

Alberto de la Puente O'Connor

Rafael Ramos Losada

Jaime Ramos Montero

José de Reina Bernádez

José Manuel Riancho Sánchez

José Manuel Rico Zorrilla

Mariano Rija y Fernández de la
Mesa

Eduardo del Río Iglesias

Ángel Ríos Calderón

Ramón de la Riva y López-Dóriga

Ignacio Rodríguez cardo

Manuel Rodríguez Penalva

Juan Antonio Rosado y Gozalo

José Juan Rosón Pérez

José Rubio Zayas