

TURISMO Y SERVICIOS DE INFORMACION



PLAN DE
DESARROLLO
ECONOMICO
Y SOCIAL

Madrid 1964

años 1964 a 1967

TURISMO Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN

TURISMO Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO
COMISARIA DEL PLAN DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL

Depósito legal: M Anexo 15327/1963
IMPRESA NACIONAL DEL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

TURISMO

ANEXO AL
PLAN DE DESARROLLO
ECONOMICO Y SOCIAL
1964-1967

Sumario

Capítulo I. Situación actual del turismo	12
1.0 Introducción.....	12
1.1 Situación actual.....	133
Capítulo II. Evaluación del turismo en 1961, en relación con la capacidad de alojamiento.....	32
2.0 Turismo interior.....	32
2.1 Turismo extranjero	42
2.2 Contrastación de la capacidad de alojamiento.....	47
Capítulo III. Estudio de la demanda futura.....	50
3.0 Turismo extranjero	50
Capítulo IV. Previsión de la capacidad hotelera precisa para 1967...	62
4.0 Demanda de alojamiento	62
4.1 Demanda de alojamientos hoteleros	65
4.2 Capacidad mínima de alojamiento	67
4.3 Programación de las nuevas construcciones	69
4.4 Situación comparativa con Italia	70

4.5 Población activa.....	73
Capítulo V. Capacidad de alojamientos extrahoteleros para 1967.....	76
5.0 Análisis de la demanda.....	76
Capítulo VI. Objetivos generales	855
6.0 Planteamiento	85
6.1 Volumen de turismo	86
6.2 Alojamientos hoteleros	87
6.3 Alojamientos extrahoteleros.....	89
6.4 Industrias turísticas complementarias.....	90
6.5 Urbanizaciones turísticas.....	93
6.6 Infraestructura turística	96
6.7 Propaganda turística	99
6.8 Formación profesional	109
6.9 Planeamiento de zonas turísticas	110
Capítulo VII. Infraestructura General.....	112
7.0 Consideraciones generales	112
7.1 Transportes	113
7.2 Comunicaciones y servicios urbanos.....	116
7.3 Restauración y conservación del patrimonio artístico.....	117
Capítulo VIII. Programa de inversiones.....	119
8.0 Generalidades.....	11919
8.1 Inversiones precisas	12020
8.2 Modos de financiación	12626
Capítulo IX. Aspectos locacionales del fenómeno turístico	13434
9.0 Introducción.....	13434
9.1 La situación en 1961	13434
9.2 La evolución en el período 1955-1961	13636

9.3 Índice de intensidad turística	13838
9.4 Polos dinámicos en el desarrollo turístico	13939
9.5 Programación de la localización futura	14141
Capítulo X. El turismo y la industria de la construcción	¡Error! Marcador no definido. 49
10.0 La inversión en construcción.....	149
10.1 Superficie de suelo	150
10.2 Localización geográfica	151
10.3 Necesidades de factores básicos de producción	151
Capítulo XI. Actuación sobre el sector.....	162
11.0 Fundamentos	162
11.1 Atracción de la demanda extranjera	162
11.2 Expansión y ordenación del turismo interior.....	165
11.3 Ampliación de la oferta turística	167
11.4 Regulación del mercado turístico	171
Anexos	174
Anexo I. Confrontación de la previsión realizada respecto al turismo extranjero en España	175
A.1.0 Generalidades	175
A.1.1 Correlación entre el nivel de renta en dólares por habitante y los gastos en turismo exterior medidos también en dólares por habitante	175
A.1.2 Correlación múltiple entre la tasa de gastos turísticos, la tasa de renta y el nivel de renta por habitante.....	177
A.1.3 Elasticidad entre el crecimiento de la afluencia turística y el crecimiento de la renta.....	180
A.1.4 Estimación de la tasa futura de crecimiento turístico.....	¡Error!
Marcador no definido.	81

A.1.5 Resumen.....	183
ANEXO II.....	187
A.2.0 Base de la planificación.....	187
A.2.1 Red principal turística.....	19191
A.2.2 Conclusiones.....	202
Anexo III. Aeropuertos turísticos.....	209
A.3.0 El tráfico aéreo de carácter turístico.....	209
A.3.1 El caso español.....	212
A.3.2 Análisis desde el punto de vista turístico.....	216
Anexo IV. Puertos turísticos-deportivos.....	220
A.4.0 Bases.....	220
A.4.1 Situación actual.....	221
A.4.2 Objetivos.....	223
Anexo V. Inventario de necesidades en orden a la restauración y conservación del patrimonio artístico y monumental.....	224
A.5.0 Generalidades.....	224
A.5.1 Patrimonio Artístico Monumental.....	225
A.5.2 Museos.....	231

COMISIÓN DE TURISMO

Presidente:

Antonio García Rodríguez Acosta.

Secretario:

José González Paz.

Asesor económico:

Félix Varela Parache.

Asesor estadístico:

Mateo Guillén Rodríguez.

Asesor técnico:

Luis A. Bolín.

Vocales:

Juan de Arespacochaga Felipe.

José I. de Arrillaga.

Aníbal Carral Pérez.

León Herrera Esteban.

Francisco Iñíguez Almech.
Fernando Labadie Otermín.
Tomás de Lamamié de Clairac.
José Ramón Lasuen Sancho.
Ignacio López Pérez.
Enrique Marsáns Comas.
Victoriano Martín Mendicute.
Pedro Martínez Tico.
Rafael Mazarrasa Quijano.
Fernando Moreno Barberá.
Gregorio Odriozola.
Roberto Peña de Camus.
Eduardo del Río Iglesias.
Juan A. Samaranch Torello.
Juan Sánchez Cortés.
Francisco Torras Huguet.
José María Trujillo Espinosa.
Alberto Uribe Uriarte.
Jorge Vila Pradera.

Capítulo I. Situación actual del turismo

1.0 Introducción

Dentro del sector terciario, el turismo presenta una importancia creciente en el desarrollo general económico. La demanda de servicios turísticos se manifiesta con elevada elasticidad, una vez superado un cierto nivel en la renta *per capita*, y por ello el turismo constituye uno de los mejores indicadores del grado en que una economía ha alcanzado la etapa del «consumo de masas».

El tratamiento del turismo dentro de un plan de desarrollo tropieza, entre otras dificultades, con la de que, si bien constituye un claro subsector económico desde el punto de vista funcional, no es así en el aspecto orgánico. El fenómeno turístico incide directamente sobre subsectores como la hostelería, los servicios de esparcimiento, los transportes, el comercio y toda una serie compleja de servicios personales y profesionales.

Por esta causa es preciso convenir que el plan de desarrollo del sector turístico no puede limitarse a ser un plan de desarrollo hotelero, máxime cuanto que la más reciente evolución señala un importancia creciente para formas de alojamiento distintas a la tradicional, como son campings, apartamentos, villas, etc. Puesto que el plan persigue la satisfacción de futuras demandas, el programa de desarrollo turístico contempla las necesidades de ampliación de la oferta en los campos más directamente vinculados a la demanda turística y en tanto en cuando las mismas presenten una cierta sustantividad.

En este aspecto no cabe olvidar la importancia económica y social que ofrece el turismo interior, cuya demanda adicionada a la del turismo extranjero constituye la base para poder planear la correspondiente oferta.

La programación realizada sobre el desarrollo del turismo cubre la satisfacción de las necesidades de alojamiento, esparcimiento y utilización de servicios, correspondientes a personas nacionales o extranjeras que viajan o permanecen en lugares distintos de los de su residencia habitual, fundamentalmente por motivos de distracción y recreo. La mayor atención que se concede al turismo extranjero deriva no sólo de su más fácil individualización, sino también del distinto papel que desempeña el punto de vista macroeconómico, puesto que el volumen de gasto de dicho turismo interior puede suponer, como efecto primario, una disminución de la tasa de ahorro, si bien los efectos globales pueden ser económicamente beneficiosos, tanto en el ámbito regional como en el nacional.

1.1 Situación actual

El rápido crecimiento experimentado por el turismo en el último quinquenio, dentro de la actividad económica, tiene sus raíces fundamentales en la existencia de una coyuntura de alza sostenida en el nivel de prosperidad del mundo occidental, y en una mayor preferencia del consumidor hacia los gastos turísticos.

La dificultad que presenta la medición completa de las variables turísticas fundamentales lleva a tener que señalar las tendencias a través de las cifras de turismo extranjero, bien por el cómputo numérico de visitantes o por la repercusión de los movimientos turísticos en la balanza de pagos. La comparación en las partidas correspondientes a 1958 y a 1962 pone de manifiesto un ritmo de crecimiento del turismo

del 12 por 100 anual acumulativo para el conjunto de países de la OCDE y la existencia de mercados amplios y diversificados.

TABLA 1.0

INGRESOS Y GASTOS DEL TURISMO EXTRANJERO

(En millones de dólares)

	INGRESOS		GASTOS	
	1958	1962	1958	1962
Alemania occid.....	452	540	487	1.171
Austria.....	167	354	34	74
Bélgica.....	124	98	58	74
Canadá.....	124	528	58	575
Dinamarca.....	80	129	56	109
ESPAÑA				
Estados Unidos.....	825	1.003	1.460	1.918
Francia.....	454	646	156	442
Grecia.....	36	51 (2)	15	19 (2)
Irlanda.....	97	128	38	54
Islandia.....	--	--	2	3 (2)
Italia.....	491	847	81	124
Noruega.....	41	60	48	60
Países Bajos.....	78	191	77	174
Portugal.....	26	31 (1)	13	18 (1)
Reino Unido.....	385	616	432	661
Suecia.....	97	118 (1)	89	115 (1)
Suiza.....	241	343 (1)	100	132 (1)
Turquía.....	--	12	--	5
Yugoslavia.....	7	40	--	9
TOTALES	3.673	5.708 (3)	3.148	5.121
ÍNDICES	100	156	100	163

(a) Y Luxemburgo (UEBL).

(1) 1961.

(2) 1960.

(3) Ecluidos Canadá y Turquía.

(4) Excluidos Canadá y Yugoslavia.

Tal como se verá a continuación, la evolución española ha sido, sin duda alguna, más rápida que en los demás países, llegando en 1962 a superar la cifra de ingresos obtenida por Italia y por Francia en 1958 y situándose como país receptor de turismo extranjero -en total de ingresos- en el séptimo lugar detrás de Estados Unidos, Italia, Francia, Reino Unido, Alemania y Canadá; posición que se mejorará, sin duda, en el próximo quinquenio.

1.1.0 La demanda turística

La evolución seguida por el turismo extranjero ha sido rapidísima, mereciendo destacarse el auge espectacular de 1960, en que se supera el índice 100 de intensidad turística, es decir, en que la relación entre el número de visitantes extranjeros con más de veinticuatro horas de permanencia dentro de nuestras fronteras y la total población española es superior al 10 por 100.

TABLA 1.1

	ENTRADA DE VIAJEROS EN ESPAÑA				
	AÑOS				
	1958	1959	1960	1961	1962
Extranjeros:					
Provistos de pasaporte	2.451.823	2.863.667	4.332.363	5.495.870	6.390.369
En tránsito por puertos españoles.....	661.873	715.251	837.936	826.575	762.481
Autorizados por veinticuatro horas por fronteras terrestres	152.471	283.745	256.559	319.387	573.457
Españoles residentes en el extranjero.....	327.700	332.023	686.397	813.430	942.415
TOTALES	3.593.867	4.194.686	6.113.255	7.455.262	8.668.722

Es a partir de este momento cuando España se inserta, por derecho propio, entre los principales países turísticos, gracias al mantenimiento de un ritmo fuerte y sostenido en el número de visitantes que, si durante el periodo 1951-58 fue del 16,1 por 100 acumulativo anual, aumentó después al 24,6 por 100 durante los años 1958-62. El aumento en los siete primeros meses de 1963 respecto al mismo periodo del año anterior ha sido del 24 por 100, por lo cual la previsión total para este año se eleva a la cifra de 10.600.000 visitantes, suficientemente elocuente por sí misma.

Con relación al turismo Interior no se dispone de datos expresivos de la evolución pasada. Las estimaciones efectuadas no dejan de ser aproximaciones de carácter global y se cifran para 1961 en unos cuatro millones y medio de turistas nacionales. El análisis de la ocupación hotelera en 1962 ha permitido obtener estadísticamente el dato de 3,1 millones de clientes españoles en hoteles (sin incluir pensiones), cifra concordante con la estimación antes indicada. Por consiguiente, puede afirmarse que en 1962 el turismo total en España ha abarcado un volumen aproximado de once millones de personas, de ellas un 42 por 100 nacionales y un 58 por 100 extranjeras.

La demanda de servicios hoteleros en el pasado año 1962 queda reflejada en 24,5 millones de pernoctaciones de clientes nacionales y extranjeros en alojamientos hoteleros exclusivamente. Las pernoctaciones en pensiones son del orden de un 33 por 100 de las hoteleras, lo que supone 8,2 millones de pernoctaciones.

Si el total hallado se incrementa en 16,3 millones de pernoctaciones que corresponden a clientes alojados en establecimientos extrahoteleros, se obtienen 49,5 millones de pernoctaciones para todo el país, en el pasado año, en toda clase de alojamientos.

La mayor velocidad de crecimiento del turismo extranjero afirma la primacía del mismo durante el periodo que abarca el Plan de Desarrollo, previéndose, como se indica más adelante, una cifra total de 19 millones de turistas, cuyas dos terceras partes corresponden a extranjeros.

La tendencia del último cuatrienio en lo referente a la composición, por nacionalidades, del turismo extranjero permite apreciar la importancia creciente que presentan en la composición de la demanda los naturales de Alemania, Francia, Países Bajos y Escandinavia, y la menor participación relativa de ingleses, italianos, portugueses, suizos y americanos.

TABLA 1.2

ENTRADA DE VIAJEROS EN ESPAÑA				
(Por nacionalidades)				
	1958	Porcentaje	1962	Porcentaje
Alemania.....	222.401	6,1	666.487	7,6
Francia.....	1.351.307	37,6	3.792.876	43,7
Inglaterra.....	398.812	11,0	898.818	10,3
Italia.....	177.392	4,9	248.347	2,8
Portugal.....	255.701	7,1	449.017	5,1
Países Bajos.....	115.882	3,2	312.771	3,6
Países escandinavos.....	65.062	1,8	212.450	2,4
Suiza.....	61.116	1,7	144.990	1,6
Otros países europeos.....	47.055	1,3	94.762	1,0
América del norte.....	365.142	10,1	462.356	5,3
América Centro-Sur.....	126.344	3,5	189.657	2,1
Otros continentes.....	76.141	2,1	248.023	2,8
Apátridas.....	4.812	0,1	5.761	0,06
Españoles residentes en el extranjero.....	327.700	9,1	942.415	10,8
TOTALES	3.592.867	100	8.668.730	100

Respecto a la composición de la demanda, interesa señalar el peso importantísimo que los turistas franceses suponen con respecto al total - casi un 44 por 100-, seguidos por ingleses y alemanes, con un 10,3 y un 7,6 por 100, respectivamente, si hacemos abstracción de los españoles residentes en el extranjero. Existe, por consiguiente, un problema estructural acusado, que hace a nuestro turismo excesivamente dependiente de un reducido mercado geográfico.

Es indudable, por causas de proximidad geográfica y de afinidad cultural y espiritual, que el mercado francés será por mucho tiempo el más importante para nuestro turismo. Su reflejo en los ingresos por balanza de servicios no será, en el momento actual, inferior a un 25 por 100 del total, de acuerdo con el nivel de gasto relativo del turista francés. Es un mercado que no puede desatenderse, sin perjuicio de que se procure disminuir su importancia relativa, para hacer a la industria turística española menos sensible a la coyuntura económica o política francesa.

Otro factor que incide sobre la actividad económica en este sector es el acusado carácter estacional que ofrece la demanda turística en todos los países, que afecta de modo importante al nivel de rentabilidad de las inversiones hoteleras, principalmente. Pese a los esfuerzos que se realizan en todo el mundo por lograr un nivel de demanda más uniforme, ésta ofrece una punta acusada en julio-agosto para todos los países. Sólo en Francia y en los Países Bajos el porcentaje de visitantes en el mes punta es de un 15 por 100 de la afluencia total. En los países turísticamente más dinámicos, como Austria, Italia, Suiza y Yugoslavia, el mes de mayor afluencia de turismo extranjero supone entre un 20 y 30 por 100 de la demanda total.

En España, siendo agosto el mes punta, la entrada de viajeros durante el mismo osciló, para 1954-58, entre el 17,4 y el 18,1 por 100 del total anual, para pasar, a partir de 1959, a porcentajes comprendidos entre el 20,1 y el 21,7 por 100. Se ha producido una mayor concentración de la afluencia extranjera en los meses de verano, durante los cuales llega la mitad del total de visitantes, quedando en la otra mitad para los nueve meses restantes.

TABLA 1.3

ENTRADA DE VIAJEROS EN ESPAÑA
(Por meses)

	1958	Porcentaje	1962	Porcentaje
Enero.....	145.648	4,0	369.323	4,2
Febrero.....	191.796	4,3	335.710	3,8
Marzo.....	191.673	5,3	364.332	4,2
Abril.....	265.744	7,3	623.974	7,1
Mayo.....	250.012	9,7	595.512	6,8
Junio.....	341.397	9,4	790.630	9,1
Julio.....	520.590	14,4	1.452.907	16,7
Agosto.....	626.252	17,4	1.867.861	21,5
Septiembre.....	432.678	12,0	965.934	11,1
Octubre.....	226.580	6,3	510.124	5,8
Noviembre.....	181.452	5,0	356.682	4,1
Diciembre.....	154.035	4,2	435.733	5,0
TOTALES	3.593.867	100	8.668.722	100

Este proceso de concentración estacional de la demanda ha operado análogamente, en el periodo 1958-62, en Grecia, Italia y Yugoslavia, los tres países más afines con el nuestro, a efectos turísticos.

El turismo interior español ofrece una concentración aún mayor en la temporada veraniega, según todas las estimaciones realizadas y, por consiguiente, la demanda interior afecta también desfavorablemente al logro de una óptima rentabilidad de las inversiones turísticas, salvo en

cuanto puedan existir diferencias en las preferencias geográficas y éstas sean distintas para la demanda interior y extranjera. Tal es el caso, fundamentalmente, en cuanto respecta a la costa cantábrica, donde una clientela interna tradicional permite, al menos, sostener antiguas inversiones turísticas y aún incrementar ligeramente el equipo turístico.

Aun cuando sólo afecte de modo indirecto al nivel de la demanda, importa señalar la importancia relativa del turismo español hacia el extranjero, como expresión de una demanda interna que puede, en parte, ser desviada hacia el mercado interior, o que cuando menos puede indicar, en su evolución, la aparición de un cambio de gustos en el consumidor nacional de servicios turísticos.

De acuerdo con los datos disponibles de la balanza de pagos, el volumen de salidas por turismo viene a ser actualmente de unos cincuenta millones de dólares, cifra posiblemente inferior a la real y que sólo recoge en parte la moneda nacional sacada por los turistas españoles sobre la cifra autorizada de tres mil pesetas por viaje. El exceso retorna, generalmente, en manos de los turistas extranjeros. Tampoco puede aceptarse como cifra representativa del turismo español en el extranjero el total de españoles residentes en España que han salido por nuestras fronteras provistos de pasaporte, y que ha pasado de 850.652, en 1959, a 3.528.831, en 1962. Estas cifras incluyen los emigrantes y los excursionistas, muy importantes estos últimos, sobre todo en las zonas fronterizas próximas a otras nacionales de importante turismo interior. Las estadísticas de los distintos países de la OCDE dan, para 1962, un total de turistas españoles muy poco superior al millón, cifra que parece más acorde -y aún con un ligero exceso- con la importancia del turismo español hacia el extranjero.

Teniendo en cuenta los cálculos anteriores, cabe afirmar que la importancia relativa del turismo español hacia el extranjero, frente al de

esta procedencia que nos visita, se halla comprendido entre un 10 y un 15 por 100, en términos de gasto, y de un 15 a un 20 por 100, en número de turistas.

La evolución seguida por esta demanda de servicios turísticos extranjeros es difícil de apreciar, por cuanto si, según los datos de salidas de españoles, éstos se han multiplicado por más de cuatro en el periodo 1959-62, las estadísticas extranjeras de turistas españoles dan en el mismo lapso un incremento ligeramente inferior al 50 por 100. Para los tres últimos años, mientras las salidas de españoles aumentan en un 54 por 100, la de divisas por concepto de turismo se mantiene prácticamente invariable.

En definitiva, parece razonable admitir para este tipo de turismo un ritmo de crecimiento del 10 por 100 anual en el último cuatrienio.

Los datos de la Balanza de Pagos correspondientes a los últimos tres años reflejan el fuerte aumento de los ingresos turísticos.

TABLA 1.4

INGRESOS Y GASTOS POR TURISMO			
(Millones de dólares)			
	1960	1961	1962
Ingresos.....	296,5	384,6	512,6
Gastos.....	50,0	54,1	46,8

Dichas cifras comprenden todos los movimientos oficiales que se realizan a través del IEME y aquella parte de los extraoficiales en los que dicho Instituto interviene. No incluye aquellos movimientos privados que tienen lugar sin intervención alguna del IEME. En ellos se observa un decrecimiento de los gastos, pese al fuerte incremento de las salidas. La razón de tal decrecimiento se debe fundamentalmente a la disminución

de los gastos en el exterior como consecuencia de la liberalización comercial realizada en estos años.

1.1.1 La oferta turística

La oferta turística se refiere en términos amplios a la de todos aquellos servicios demandados por turistas nacionales o extranjeros. Sólo en parte, éstos son unos servicios diferenciables de los servicios comerciales de demanda general, por lo que acostumbra a limitarse el análisis general de la oferta a los servicios de alojamiento y sólo parcialmente a los de comida, diversión, esparcimiento y otros servicios generales.

Dentro de los de alojamiento, la hostelería es, sin duda, la más importante. Sin embargo, antes de exponer la situación en que se encuentra, conviene señalar la importancia creciente que presentan los alojamientos extrahoteleros, en especial villas, apartamentos, residencias y campings, que sirviendo a una parte cada vez mayor de la demanda impiden considerar como necesario - ni tan siquiera a corto plazo- un crecimiento "paralelo" de la capacidad hotelera y del número de turistas y menos aún respecto a turistas extranjeros tan sólo.

Ello explica que mientras en el periodo 1951-58 la tasa de crecimiento en el turismo extranjero fue del 16,1 por 100 anual, el número de plazas existentes en hoteles sólo creciera a un ritmo del 7,7 por 100. En 1959-62, aumentando los turistas extranjeros en un 24,6 por 100 acumulativo anual, las plazas hoteleras sólo lo hicieron al 9,8 por 100.

Hay que tener en cuenta la existencia adicional en 1962 de unas 180.000 plazas en pensiones, pero éstas tienen una menor importancia turística, salvo las pensiones de lujo y de primera. En conjunto, nuestra capacidad de alojamiento hotelero (incluyendo pensiones) se compara desfavorablemente con la de otros países, pues, pese al aumento de los

últimos años, es inferior a la de Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia e Inglaterra. La cifra italiana, que es sin duda la de mayor interés comparativo, es casi triple de la española, lo que es indicio cierto de la existencia de grandes posibilidades de expansión.

TABLA 1.5

CAPACIDAD HOTELERA
(Evolución)

	ESTABLECIMIENTOS			PLAZAS		
	Hoteles y pensiones	Pensiones 2ª y 3ª y C.H.	TOTAL	Hoteles y pensiones	Pensiones 2ª y 3ª y C.H.	TOTAL
	L. y 1ª			L. y 1ª		
1958	2.274	11.037	13.311	132.545	142.444	274.989
1959	2.414	11.209	13.623	142.451	145.725	288.176
1960	2.551	10.764	13.315	150.821	139.932	290.753
1961	2.871	10.597	13.468	162.105	137.527	299.632
1962	3.187	11.192	14.379	192.852	151.092	343.944

TABLA 1.6

CAPACIDAD HOTELERA
(Año 1962)

Clases de establecimientos	Nº establecimientos	Nº habitaciones	Nº de plazas
Hotel de lujo.....	78	10.607	20.323
1ª A.....	268	17.634	32.422
1ª B.....	448	21.305	37.585
2ª	602	21.818	37.389
3ª	820	23.164	37.814
Pensión de lujo.....	237	4.151	7.118
Pensión de 1ª.....	743	11.434	20.201
Pensiones de 2ª, 3ª y C.H.	11.183	s.d.	151.092
	14.379	110.113	343.944

En lo que respecta a alojamientos extrahoteleros o complementarios, no se dispone de datos estadísticos, lo que supone una importante laguna informativa que deberá ser colmada lo antes posible. La estimación realizada por la Comisión da, para 1962, una cifra del orden de las 300.000 plazas, comprendiendo no sólo los establecimientos profesionales, es decir, explotados comercialmente, sino también los alojamientos particulares de temporada.

El ritmo de crecimiento de los alojamientos complementarios, muy superior al de los hoteleros, está haciendo posible hacer frente a un aumento de demanda global de alojamientos turísticos, que puede estimarse, para el último cuatrienio, entre un 14 y un 17 por 100 acumulativo anual.

Respecto a los restantes servicios turísticos, resulta más difícil ofrecer una visión completa de los mismos. El grado de atomización empresarial y la diversidad de condiciones de explotación no ha permitido pasar del conocimiento de las empresas existentes, cuyo crecimiento en el último trienio es general para todos los grupos, salvo para balnearios y aguas medicinales, lo que pone de manifiesto la existencia de una clara crisis en lo que respecta a la utilización turístico-sanitaria de los balnearios.

TABLA 1.7

EMPRESAS ENCUADRADAS EN EL SINDICATO NACIONAL DE HOSTELERÍA

	1960	1962
Hoteles.....	1.782	2.216
Pensiones.....	11.488	12.163
Restaurantes.....	10.970	12.045
Cafés y bares.....	28.706	33.402
Tabernas.....	38.261	42.252
Cafeterías.....	712	916
Salas de fiesta.....	336	440
Casinos.....	869	1.762

Balnearios.....	106	103
Aguas medicinales.....	49	48
Agencias de viajes.....	289	375
TOTALES	93.568	105.722

1.1.2 Estructura de la oferta

Limitado el análisis a los alojamientos hoteleros, tanto por ser turísticamente los más importantes como por el sector sobre el que se dispone de mejor información estadística, las cifras referentes al último cuatrienio ponen de manifiesto el cambio operado en la distribución por categorías y el aumento de capacidad media de establecimientos de todas las categorías.

El grupo más numeroso está constituido por las pensiones de 2ª y 3ª y casas de huéspedes, que desde el punto de vista turístico tienen una reducida trascendencia y que, en 1962, según las estimaciones disponibles, han absorbido algo menos de la tercera parte del turismo total, entendido éste en un sentido amplio, es decir, computando la totalidad de las pernoctaciones. Su importancia relativa ha disminuido, mientras que en cifras absolutas la capacidad receptiva permanece prácticamente estacionaria.

De los demás grupos sólo los hoteles de segunda han reducido su participación, lo que parece indicar que sus condiciones de rentabilidad, en el pasado, han sido poco favorables. No parece que la causa de tan baja rentabilidad estribe en una variación significativa en la composición de la demanda, sino que se halla más bien en la rigidez de los precios hoteleros tasados. De acuerdo con los datos de otros países, una vez suprimida esa rigidez es de esperar un crecimiento

importante de tal tipo de hoteles, en especial de los que no tengan restaurante.

La capacidad media es mayor en los hoteles de más elevada categoría, lo que indica que el límite a partir del cual son rentables es tanto más alto cuanto mayor es su categoría. El crecimiento de la dimensión media resulta acorde con un mejoramiento de la estructura empresarial, que deberá proseguir en el futuro y que ya está siendo complementada con la creación de cadenas hoteleras para mejorar la explotación de los hoteles que las componen.

Desde el punto de vista geográfico, la oferta hotelera está fuertemente localizada. Siete provincias -Barcelona, Baleares, Madrid, Gerona, Málaga, Guipúzcoa y Alicante- tienen en 1962 una capacidad receptiva en hoteles superior a las 5.000 plazas. Las dos primeras provincias -con más de 20.000- suponen el 25 por 100 de la oferta total española. Madrid y Gerona, el 22 por 100, y las tres restantes, el 13 por 100. En conjunto, el 60 por 100 de la total oferta turística se concentra en estas siete provincias.

El grado de concentración ha aumentado en el período 1958-62, dado que en 1958 cinco provincias tenían más de 5.000 plazas, con un 47 por 100 del total, y en 1962 dicho 47 por 100 corresponde a sólo cuatro provincias, con más de 10.000 plazas cada una. La participación relativa ha aumentado durante el periodo para «las siete grandes», salvo Madrid y Guipúzcoa, y además para Lérida, Murcia, Navarra, Las Palmas, Tenerife y Tarragona.

TABLA 1.8

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO HOTELERO
(Número de plazas)

	1958	%	Plazas por establecimiento	1962	%	Plazas por establecimiento
Hotel de lujo.....	16.158	5,9	245	20.323	5,9	260
1ª A.....	18.058	6,6	113	32.422	9,4	121
1ª B.....	22.410	8,1	78	37.585	10,9	84
2ª	32.908	12,0	61	37.389	10,9	62
3ª	25.067	9,1	44	37.814	11,0	46
Pensión de lujo..	3.372	1,2	28	7.118	2,1	30
Pensión de 1ª....	14.572	5,3	27	20.201	5,9	28
Pensión de 2ª						
3ª y C.H.	142.444	51,8	13	151.092	43,9	14
TOTALES	274.989			343.944		

La evolución en dicho período indica un aumento de concentración significativa en las tres provincias insulares y en toda la costa mediterránea, salvo Almería, cuyo desarrollo turístico tropieza con graves y complejas dificultades.

Es importante señalar los fuertes aumentos relativos logrados por Canarias, Baleares y Málaga, así como por Alicante, Murcia y las tres provincias costeras catalanas, expresivos de una preferencia clara de la demanda hacia playas de fuerte insolación, lo que constituye el rasgo distintivo más importante del turismo actual. Dicha preferencia quedará aún más de manifiesto en el momento que se disponga de censos provinciales de alojamientos extrahoteleros. El menor interés por la costa cantábrica se comprueba en la evolución seguida por el equipo hotelero en los últimos años.

Los servicios facilitados por las agencias de viajes se concentran, naturalmente, en las cinco provincias de mayor volumen turístico,

mientras que las demás actividades englobadas en el sector no están ya tan absolutamente correlacionadas con los alojamientos hoteleros.

1.1.3 La industria turística

La acusada estacionalidad de la demanda incide claramente sobre las condiciones en que se desarrolla la explotación de las industrias turísticas, en general, y de la hotelera, en particular. El distinto tipo de demanda, determinado principalmente por razones geográficas, introduce un aire distinto, según predomine en la zona el turismo de paso o el de estancia media o larga. La industria turística ha de responder a este condicionante, por cuanto si predomina el turismo estante será más importante relativamente la demanda de medios de diversión o esparcimiento.

El análisis de la estancia media en hoteles pone de manifiesto el diferente tipo de turismo que acude a cada zona. Con diez días de estancia figura Santa Cruz de Tenerife, lo que indica la importancia del turismo estante a causa de su carácter insular y de su distancia a los núcleos de demanda turística. La siguen en importancia Gerona, Baleares, Castellón, Valencia, Alicante, Málaga y Las Palmas, por último, La Coruña. Todas estas provincias son centros consagrados por un turismo masivo, excepto La Coruña; el turismo en estas zonas es claramente de descanso, lo que hace que las estancias medias sean prolongadas. No ocurre lo mismo con otras provincias de importante equipo hotelero, como Madrid, Barcelona, Guipúzcoa, etc., en donde las estancias medias ocasionadas por el turista de vacaciones quedan desfiguradas por las cortas estancias por motivos de negocios, y que suman un importante número. Con estancia inferior a dos días figura una serie de provincias en donde el turista no permanece, sino que está de paso.

Diferencias de matiz acusado introducen, además, los diversos factores de composición de la demanda, tales como nacionalidad, nivel de gasto por turista, calidad de los servicios demandados, etc.

La rentabilidad privada de las inversiones hoteleras viene condicionada, ante todo, por el factor de ocupación de las instalaciones existentes, es decir, por el número de pernoctaciones por plaza. Sobre una cifra media española de 148 en el año 1962, existen dos factores que, conjuntamente, producen fuertes dispersiones sobre la media. Por un lado, el diferente nivel de ocupación según la categoría del hotel, que baja de 174 días para los de lujo a 116 para los de tercera.

TABLA 1.9

OCUPACIÓN HOTELERA POR CATEGORÍAS DE HOTELES

Categorías	Nº hoteles	Personal empleado (miles)	Miles de habitaciones	Miles de clientes	% de extranjeros	Miles de pernoctaciones	Estancia media	Pernoctación por plaza
Hotel de lujo	78	12	11	972	71	3.521	3,6	174
Primera A	268	14	18	1.758	65	5.527	3,1	171
Primera B	448	13	21	1.547	45	6.561	4,2	175
Segunda	602	11	22	1.257	43	4.520	3,5	121
Tercera	820	8	23	1.084	35	4.376	4,0	116
TOTALES	2.216	58	95	6.618	53	24.505	3,7	148

Por otra parte, la diferente distribución temporal de la demanda según zonas geográficas y el mayor o menor ajuste de la oferta total a la demanda máxima ocasiona dispersiones que a nivel provincial van de 55 pernoctaciones por plaza en Ciudad Real a 203 en Cádiz, 211 en Baleares, 224 en Málaga y 250 en Almería, cifra esta última poco significativa por lo reducido del equipo hotelero existente.

Otras características de la demanda, tales como el porcentaje de clientes extranjeros y nacionales y las cifras de estancia media por

categoría de hotel, son también distintas según sea éste. Los extranjeros suponen un mayor porcentaje de la demanda hotelera en los establecimientos de superior categoría, y son éstos, por tanto, los más sensibles a la coyuntura exterior.

Desde el punto de vista privado, las condiciones de explotación se mejoran con el cierre de algunas instalaciones hoteleras durante la estación baja, práctica que no coincide necesariamente con las zonas de menor ocupación media, sino que en ocasiones es más bien al contrario. Las cifras medias obtenidas sólo indican, por tanto, la existencia de una demanda poco favorable para la realización de nuevas inversiones hoteleras en las zonas con índice de ocupación inferior a 100 y la posibilidad de que las mismas sean rentables preferentemente en las zonas con índice superior a 150.

Las condiciones de explotación difieren sensiblemente según los casos, como pone de manifiesto la diferente intensidad de empleo según categorías, que va de 1,1 puestos de trabajo por habitación en los hoteles de lujo a 0,35 en los de tercera categoría.

Todas estas circunstancias ponen de manifiesto que la actividad de la industria hotelera —y por extensión la de la industria turística en general— es una actividad poco uniforme a lo largo del año y, por tanto, precisa desenvolverse en un marco económico-jurídico-laboral dotado de amplia elasticidad, si ha de mantenerse dentro de límites de rentabilidad.

La mayor elasticidad de que ya se ha dotado al sistema de fijación de precios hoteleros responde a las peculiares condiciones en que se desenvuelve esta industria.

Por otra parte, cuanto se haga por reducir las fluctuaciones temporales de la demanda aumentará los índices de ocupación y, consiguientemente, la productividad general del equipo turístico.

En las zonas de mayor afluencia turística se acusa la falta de instalaciones complementarias de las de alojamiento, cuya incidencia sobre el poder de atracción de las mismas es mayor al crecer el grado de concentración. En otras ocasiones es la falta de las principales infraestructuras lo que imposibilita una puesta en explotación de zonas con características naturales muy favorables al desarrollo del fenómeno turístico.

La rapidez del crecimiento general del turismo enmascara problemas agudos en las zonas turísticamente deprimidas, como son buena parte de las provincias interiores, o en las prácticamente estacionarias, como la costa cantábrica. En las primeras se acusa una deficiente utilización y aun un abandono de las instalaciones balnearias. En las segundas se produce un paulatino envejecimiento del equipo turístico y una falta de renovación del mismo, que conduce a una pérdida de calidad de la oferta y empeora las posibilidades de aumentar, o al menos mantener, los actuales niveles de la demanda.

Frente a estas circunstancias, las zonas más dinámicas ven surgir con carácter local o comarcal la aparición de estrangulamientos en la falta de adecuación a las nuevas condiciones del mercado, de las infraestructuras y el equipo urbanístico y social preexistente. Es aquí donde existe un retraso cierto y un obstáculo a la expansión global del sector, que requiere, tanto una política de «impulsión» para apertura de nuevas zonas como una política de «acompañamiento» en aquellas otras que ya han iniciado el despegue turístico.

Capítulo II. Evaluación del turismo en 1961, en relación con la capacidad de alojamiento

2.0 Turismo interior

2.0.0 Definición y datos básicos

Bajo la denominación de turismo interior se comprende el realizado por los españoles dentro de nuestras fronteras, incluyendo no sólo los viajes de estancia por motivos de esparcimiento, sino también los viajes por razón de negocios o cualquier otra circunstancia.

En cuanto podemos conocer, se carece absolutamente de datos sobre la importancia numérica del turismo interior, debido, principalmente, a la falta, por un lado, de una estadística hotelera completa con diferenciación entre nacionales y no nacionales y a la inexistencia, por otro, de un censo de alojamientos extrahoteleros, que sería del mayor interés a los efectos de un conocimiento más expresivo de los movimientos turísticos interiores.

Ante tal carencia de datos básicos, se ha recurrido para la evaluación del turismo interior en 1961 a una trasposición mutatis-mutandis de la situación italiana, bastante similar a la nuestra en todos los aspectos, no ya sólo en el económico, sino también en el geográfico, cultural, etc., y para cuyo país se dispone de datos bastante completos, relativos a la pernoctación turística en 1961, con diferenciación entre nacionales y extranjeros y clasificados en cuanto a la calidad y tipo de los alojamientos utilizados.

Los datos italianos para 1961 proporcionan la cifra de 51.945.000 pernoctaciones hoteleras y 50.657.000 extrahoteleras, que pueden tomarse como dato básico y expresivo del turismo interior en dicho país.

TABLA 2.0

ESPAÑA. TURISMO INTERIOR

Pernoctaciones hoteleras y extrahoteleras

AÑO 19 6 1	Hipótesis 1	Hipótesis II
Pernoctaciones hoteleras	15.300.000	26.000.000
Pernoctaciones extrahoteleras	15.000.000	25.300.000
TOTAL	30.300.000	51.300.000
<i>Mes punta</i>		
Pernoctaciones hoteleras (20 %)	3.060.000	5.200.000
Pernoctaciones extrahotel (35 %)	5.250.000	8.850.000
TOTAL	8.310.000	14.050.000
<i>Estancia media</i>		
Alojamientos hoteleros	4 días	
Alojamientos extrahoteleros	25 días	
TOTAL	29 días	
<i>Día Punta</i>		
Pernoctaciones hoteleras	99.000	165.000
Pernoctaciones extrahoteleras	169.000	285.000
TOTAL	268.000	450.000
<i>Número de viajeros nacionales</i>		
Año 1961:		
En alojamientos hoteleros	3.800.000	6.500.000
En alojamientos extrahoteleros	600.000	1.010.000
TOTAL	4.400.000	7.510.000
<i>Mes punta</i>		
En alojamientos hoteleros	760.000	1.300.000
En alojamientos extrahoteleros	210.000	254.000
TOTAL	970.000	1.654.000

2.0.1 Prospección

Dos caminos se abren entonces para inferir cuál pudo ser la situación española en dicho año. El primero de ellos se basa en el supuesto de que las permanencias en alojamientos hoteleros o extrahoteleros son

proporcionales en cada país a su renta total. Teniendo en cuenta entonces que para 1960 la renta italiana fue de 25.000 millones de dólares, mientras que la española sólo alcanzó la cifra de 7.400 millones, se obtiene la cifra razonada en la hipótesis I, según se expresa en la adjunta tabla.

Como quiera que se desconoce cuál es la propensión al gasto en turismo interior de los españoles, la cifra anterior supone admitir que tiene el mismo valor medio que la resultante para los nacionales de Italia, sin que ello quiera decir, por tanto, que la hipótesis I establecida sea una hipótesis mínima, pues el nivel de renta italiano es mayor que el español y, razonablemente, debe serlo también la propensión a gasto en turismo.

Otra hipótesis sería suponer que los gastos en turismo exterior pueden ser también un índice de cuál es la propensión al gasto en turismo total, en cada uno de los países. Este sistema, sin embargo, no es de esperar que dé una aproximación aceptable, por cuanto no sólo las características físicas de cada país, en especial en lo referente a clima, sino también su dimensión geográfica interfiere en la distribución de los gastos turísticos, entre turismo interior y exterior, entendiéndose por este último el realizado por los naturales de un país fuera de las fronteras del mismo. Sin embargo, se puede establecer como segunda hipótesis, sujeta a posteriores confrontaciones, la de que la relación entre la situación del turismo interior en España e Italia es la misma que la referente al turismo exterior. Es decir, que los gastos realizados en uno u otro tipo de turismo son proporcionales en ambos países. Habida cuenta de la imposibilidad de considerar en una primera aproximación la diferencia de los niveles de precios respectivos, podemos admitir que el número de estancias en turismo interior de ambos países es también proporcional al gasto.

Esta hipótesis, que se refleja como hipótesis II en la tabla antedicha, queda avalada por la consideración de la similitud geográfica y climatológica entre ambos países, cuyo nivel de renta, por otra parte, no es excesivamente dispar y cuya idiosincrasia, también, es suficientemente comparable.

La hipótesis II da como resultado de la cifra de 26.000.000 de pernoctaciones hoteleras y 25.300.000 de pernoctaciones extrahoteleras, lo que supone un total de 51.300.000 pernoctaciones en turismo interior para el año 1961. En ambas hipótesis se ha admitido también que la distribución del turismo interior en alojamientos hoteleros y extrahoteleros mantiene la misma estructura en ambos países, es decir, el mismo porcentaje de distribución del turismo total en ambas clases de alojamientos.

No se ignora que la previsión realizada tiene un marcado carácter de mera posibilidad, pero, en tanto no se pueda disponer de mejores datos, siempre será preferible dicha evaluación, como punto de partida, a la carencia de consideración del turismo interior, dentro de nuestro Plan de Desarrollo.

La determinación del volumen de turismo interior se realiza no por un puro afán de conocer dicho fenómeno, sino en orden a programar con mayor exactitud la futura capacidad hotelera, a efectos de que la misma pueda hacer frente al volumen esperado de turismo interior y extranjero previsto para los años que abarca el Plan.

2.0.2 Capacidad de alojamiento precisa para el turismo interior

Para el análisis de la capacidad de alojamiento interesa el conocimiento no ya de la demanda total durante el año, sino de la punta máxima de demanda, por cuanto su existencia implica la necesidad de disponer del correspondiente volumen de alojamiento. De acuerdo con el total de estacionalidad media que se obtiene para el turismo extranjero en distintos países, parece lógico considerar una punta máxima de demanda, dentro del mes de mayor afluencia, igual al 20 por 100 del volumen turístico total durante el año. Es preciso tener en cuenta, sin embargo, que se está trabajando con porcentajes medios para todo un país y que, por tanto, los mismos no son comparables en modo alguno con la estacionalidad real existente en zonas determinadas, que pueden no coincidir ni en el volumen indicado ni en el tiempo para el cual se dan, que con carácter general vienen a ser los meses de julio y agosto, particularmente en España este último mes.

En relación con las cifras totales de las hipótesis I y II, y aplicando dicho coeficiente del 20 por 100 para marcar la punta mensual, en pernoctaciones hoteleras, y del 35 por 100 —según los datos italianos— para las extrahoteleras, tenemos que, en uno y otro caso, las pernoctaciones totales debidas al turismo interior son de 8.310.000 y 15.050.000 en el mes punta.

Los datos estadísticos que hacen referencia al turismo en cuanto a su distribución a lo largo del año no llegan en ningún caso a definir una unidad estadística inferior al mes, y, por tanto, no puede establecerse con mayor exactitud la punta de ocupación diaria.

Se admite, por ello, como expresión de dicho valor, los resultados de dividir la punta mensual por los treinta y un días del mes, ya que, como

se ha indicado, la máxima mensual se da en los meses de julio y agosto. A partir de la demanda punta puede establecerse la capacidad mínima de alojamientos precisos para hacer frente a dicho volumen de pernoctaciones. Con las dos hipótesis que se analizan, las pernoctaciones hoteleras en día punta quedan cifradas en 99.000 y 165.000, respectivamente, mientras que las extrahoteleras alcanzan las 169.000 y 285.000 en uno y otro caso.

A efectos de poder contrastar —aun cuando sólo sea de modo subjetivo— el volumen de turismo interior, se incluye igualmente en la tabla, ya citada, la evaluación respectiva en lo referente al número de viajeros nacionales en alojamientos hoteleros y extrahoteleros, tanto para el total del año como para el mes punta.

De acuerdo con los datos estadísticos italianos, se han adoptado en primera aproximación para el turismo interior español unas cifras de estancia media de cuatro días en alojamientos hoteleros y de veinticinco días en alojamientos extrahoteleros, por cuanto estos últimos están mucho más influidos por el turismo de verano o vacaciones que los establecimientos hoteleros, en los que los viajes de negocios representan un importante porcentaje.

De acuerdo con dicha hipótesis fijada, se llega a establecer que, en el mes de agosto, el volumen de turismo o veraneo en España abarca la cifra de 970.000 en el primer caso y de 1.654.000 en el segundo. Como quiera que los meses de julio y septiembre pueden suponer entre ambos, casi, vez y media la cifra del mes de agosto, obtendríamos en total, para los meses de verano, una situación de españoles fuera de su residencia habitual del orden de 2.400.000 o de 4.000.000 en uno u otro caso.

Esta última cifra, dado nuestro nivel de vida, parece, sin duda, exagerada y, por tanto, a falta de la contrastación que suponga el análisis de la capacidad hotelera en 1961, frente a la demanda total interior y extranjera, podemos asegurar que la hipótesis segunda establecida es excesivamente optimista y que, por tanto, la hipótesis I puede ser más adecuada a la realidad.

2.0.3 Calidad de la demanda de alojamiento

A efectos de programar el desarrollo hotelero, se precisa clasificar el turismo interior en orden a la calidad de la demanda, por cuanto no basta con cifrar globalmente un número de nuevos alojamientos hoteleros, sino que la programación debe llegar a establecer diferenciación por grupos y categorías, al analizar el volumen deseable de la capacidad de alojamiento.

Es preciso adoptar, igualmente, los datos italianos respecto a la distribución de las pernoctaciones según la capacidad de los alojamientos hoteleros, ante la imposibilidad absoluta de conocer mejores referencias básicas, que nos permitan inferir nuestras posibles diferencias con dicho país. No parece necesario volver a insistir en que la similitud entre las situaciones española e italiana hace que dicha extrapolación sea, en principio, aceptable, a falta de estudios más detallados que pudieran mejorarla, y que será preciso ir realizando.

Se han asimilado nuestros hoteles de lujo y 1ª A la categoría de lujo y I de los hoteles italianos. Los hoteles italianos de 2ª y pensiones de 1ª quedan asimilados en nuestra ordenación a los hoteles de 1ª B y 2ª y pensiones de lujo. Con el resto de alojamientos hoteleros, incluidas pensiones de todas categorías y casas de huéspedes, se forma el tercer grupo, que se asimila a los hoteles de 3ª y 4ª italianos, sus pensiones de 2.a y 3ª y sus casas de huéspedes.

La distribución de nuestro total de pernoctaciones en turismo interior queda fijada, entonces, mediante la adscripción de un 8 por 100 del total a los alojamientos del primer grupo, de un 16 por 100 a los del segundo y de un 76 por 100 al grupo tercero. La tabla adjunta expresa, con el criterio ya establecido, la capacidad mínima de alojamientos precisa, en día punta, en las dos hipótesis que se vienen considerando.

TABLA 2.1

ESPAÑA.

**DÍA PUNTA DE PERNOCTACIONES EN TURISMO INTERIOR HOTELEROS Y
EXTRAHOTELEROS**

	Pernoctaciones Porcentaje	Plazas	
		Hipótesis I	Hipótesis II
Hoteles lujo y 1ª A	8	8.000	13.000
Hoteles 1ªB y 2ª y pensiones de lujo	16	16.00	26.000
Hoteles 3ª, pensiones y casas de huéspedes	76	75.000	126.00
Total		99.000	165.000
Apartamentos, villas, etc.		100.000	170.000
Otros alojamientos extrahoteleros		69.000	115.000
Total		169.000	285.000

En lo que respecta a alojamientos extrahoteleros, se ha conseguido también, fundamentalmente, la estructura de la demanda en el caso italiano, aun cuando sin establecer de momento más diferenciación que la de los apartamentos, villas o similares, en los que se viene a establecer, aproximadamente, un 60 por 100 del turismo interior, que no se dirige a establecimientos hoteleros. Se llega así a determinar, igualmente, una capacidad de alojamientos para el período punta que se cifra, según ambas hipótesis, en 169.000 o 285.000 alojamientos extrahoteleros, de los cuales el 60 por 100 debe integrarse entre los apartamentos, villas o edificaciones similares.

2.0.4 Resumen final

Aun cuando lo único cierto en toda previsión económica es que ésta no se logra en ningún caso en sus exactos términos, la realización de toda proyección implica una investigación de futuro en la que se pretende, por tanto, la mayor adecuación posible a dicha realidad. Los métodos de proyección económica son, por consiguiente, tanto más útiles cuanto más confiables son las previsiones que con los mismos se establecen. Pero el grado de confiabilidad depende de dos factores fundamentales: en primer lugar, del acopio de datos disponibles, como expresión de la realidad en distintos momentos y situaciones económicas; en segundo lugar, de la bondad del modelo establecido y de la mayor o menor correlación existente entre las distintas variables económicas.

En nuestro caso, sin embargo, no se ha tratado de realizar una proyección, sino de inferir cuál pudiera ser la situación presente o, mejor dicho, la situación en el año 1961, sin poder tener la apoyatura debida en cuanto a los datos estadísticos. Es decir, que con la evaluación realizada se ha tratado de suplir su falta, por cuanto el volumen del turismo interior es en sí un dato estadístico preciso, a efectos de poder hacer proyecciones sobre su futuro desarrollo, mediante la hipótesis que se pueda considerar aceptable, ya que él mismo interviene —de modo sumatorio, con el turismo extranjero— como factor determinante de las necesidades del desarrollo hotelero y de todo lo referente al equipo turístico.

Interesa llamar la atención, sin embargo, sobre la absoluta necesidad de mejorar el material estadístico disponible, a efectos no sólo de comprobar las hipótesis expresadas, sino de adecuar el programa de desarrollo que se quiere establecer. En primer lugar, los datos de

pernoctaciones hoteleras no parecen de difícil obtención, y a ello debe encaminarse sin tardanza la investigación estadística.

Mayores dificultades planteará la evaluación de las pernoctaciones extrahoteleras, en donde debería empezarse a establecer, en primer lugar, un censo de tal tipo de alojamientos que permitiera conocer la capacidad de la oferta. Establecimientos tales como balnearios, residencias, colonias, etc., podrían ser abordados con facilidad desde el punto de vista administrativo. Mayor dificultad encerrarán los apartamentos, villas, bungalows, etcétera, aun cuando exista un procedimiento sencillo de obtener su censo.

Si se considera que dichas viviendas no se hallan sujetas a la Ley de Arrendamientos Urbanos, bastaría que para poder ostentar dicho derecho debieran hallarse incluidas en un censo de alojamientos turísticos, donde se diferenciarían fundamentalmente por formas de ocupación. Es decir, separando las de uso exclusivo de sus propietarios de aquellas otras utilizadas por terceras personas.

Ha de tenerse en cuenta que sigue vigente la disposición que permite a los Gobernadores civiles actuar sobre las viviendas deshabitadas, obligando a su alquiler en renta, de acuerdo con la disposición general de la Ley. Por tanto, los propietarios de viviendas utilizadas por sí o por terceras personas con carácter temporal tendrían el mayor interés en inscribir las mismas en dicho censo de alojamientos turísticos o de temporada, por cuanto su inclusión supondría un grado de seguridad mayor.

2.1 Turismo extranjero

2.1.0 Su distribución en alojamientos hoteleros y extrahoteleros

Para realizar la previsión de la futura capacidad hotelera, en función de la demanda previsible en los próximos años, se precisa, en primer lugar, analizar la situación presente que, de acuerdo con los datos estadísticos disponibles, habrá de referirse forzosamente al año de 1961. Se trata de inferir en lo posible cuál ha sido la distribución del turismo extranjero en España en cuanto a su alojamiento, a efectos de considerar su repercusión en la capacidad hotelera y en la de alojamientos de otro tipo.

También en este aspecto existe la dificultad de la falta absoluta de datos estadísticos conocidos, en relación con la distribución de los turistas extranjeros entrados en España por un período superior a veinticuatro horas, en cuanto a su alojamiento, bien en establecimientos hoteleros o en otro tipo de establecimientos. Por ello se ha adoptado una vez más el ejemplo italiano como expresivo en líneas generales de cuál ha podido ser la situación española en este aspecto, llegándose con ello a una distribución hipotética, pero a nuestro entender suficientemente ajustada, de la distribución turística extranjera, según el tipo de alojamiento utilizado. Ello permite la determinación de la punta máxima de demanda por categorías, fundamental para el análisis de la capacidad de alojamientos existentes.

Se parte de la cifra de 5,50 millones de turistas extranjeros que visitaron España en 1961, con una estancia superior a las veinticuatro horas, identificando como tales a los que entraron provistos de pasaporte¹. Se

¹ Parece apuntarse en los últimos años una tendencia a que los excursionistas entren también provistos de pasaporte en vez de autorización por veinticuatro horas. Este fenómeno deberá investigarse en un futuro próximo.

dispone de los datos italianos con relación a la distribución de los turistas en alojamientos hoteleros y extrahoteleros, por cuando dicho país presenta estadísticas, tanto de entrada por frontera, con diferenciación de los excursionistas, como estadísticas de huéspedes en establecimientos hoteleros y extrahoteleros y de pernoctaciones efectuadas por los mismos en cada uno de los tipos de alojamiento.

De acuerdo con los datos italianos, hemos adoptado la cifra del 75 por 100 de turistas computados en frontera como expresión de los alojados en establecimientos hoteleros, mientras que los que utilizan establecimientos extrahoteleros quedan limitados al 20 por 100 de dicha cifra. Dicho porcentaje no completa, como puede apreciarse, el total de turistas entrados, lo mismo que ocurre en el caso italiano, por lo que se ha preferido mantener dichos valores a establecer otros porcentajes distintos que al sumar 100 pudieran ofrecer un aspecto de mayor exactitud, Se tiene así en cuenta la falta de correspondencia perfecta entre turistas de más de veinticuatro horas y provistos de pasaporte, que suponen más del 5 por 100 de estos últimos por la existencia de clientes de dos o más establecimientos hoteleros.

En consonancia con los porcentajes indicados, y tal como indican los datos reflejados en la tabla adjunta, la cifra de turistas extranjeros alojados en hoteles españoles durante 1961 podría computarse en 4,125 millones y en 1,100 millones de los que se sirvieron de alojamientos extrahoteleros, incluyéndose en los mismos tanto los alojamientos privados del tipo de apartamentos, villas, etc., como los que se dirigieron a campings, balnearios, residencias, etc.

2.1.1 Demanda máxima

Para su comparación con la capacidad hotelera existente, interesa el conocimiento de la demanda máxima, es decir, del número de turistas

de cada tipo, en el mes punta, que resulta ser, para el total del país, el mes de agosto. Manteniendo como modelo de distribución los porcentajes italianos, éstos resultan ser del 20 por 100 de la afluencia total para la punta de demanda en alojamientos hoteleros y del 35 por 100 para los que se dirigen a alojamientos extrahoteleros. Respecto a las puntas de demanda se puede tener un contraste estadístico con datos directos, por cuanto nuestras estadísticas de turistas entrados indican para el mes de agosto de 1961, la cifra de 2,210 millones de turistas extranjeros provistos de pasaporte.

ABLA 2.2

ESPAÑA 1961. TURISMO EXTRANJERO; CANTIDADES DIRIGIDAS A ALOJAMIENTOS HOTELEROS Y EXTRAHOTELEROS: PERNOCTACIONES Y PLAZAS POR CATEGORÍA DEL ALOJAMIENTO

Turistas extranjeros de más de veinticuatro horas	5.50 millones	
A alojamientos hoteleros	$0,75 \times 5,5 = 4,125$ millones	
A alojamientos extrahoteleros	$0,20 \times 5,5 = 1,100$ millones	
Mes PUNTA		
A alojamientos hoteleros	$0,20 \times 4,125 = 0,825$ millones	
A alojamientos extrahoteleros	$0,35 \times 1,100 = 0,385$ millones	
	1.210	
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros	$0,825 \times 4,5 = 3.710.000$	
Pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros	$0,385 \times 7,5 = 2.890.000$	
	6.600.000	
Día PUNTA		
Plazas hoteleras ocupadas	120.000	
Plazas extrahoteleras ocupadas	93.000	
	213.000	
	Pernoctaciones	Plazas
Hoteles lujo y 1ª A	18%	21.600
Hoteles 1ª B, 2ª y Pensiones lujo	26%	31.200
Casas de huéspedes	56%	67.200
	Total	100%
		120.200
Apartamentos, villas, etc.	47.000	
Otros alojamientos extrahoteleros	46.000	

La aplicación de los porcentajes antedichos ofrece también la misma cifra, sin que esto quiera decir, por lo tanto, que el ajuste sea perfecto, puesto que, entre otras cosas, de haberlo sido, hubiera debido reflejar únicamente el 95 por 100 de los turistas entrados. Sin embargo, a falta de mejores datos, el contraste se estima suficiente.

Por lo que respecta al número de pernoctaciones por turista, la falta de datos estadísticos españoles es igualmente absoluta. Posteriormente el Sindicato Nacional de Hostelería ha publicado algunos datos parciales referidos a 1962. De todas formas parece aceptarse, por cuantos se estiman conocedores de los temas turísticos, que la estancia media del turista en España es ligeramente superior a la de otros países y, entre ellos, a Italia, por lo cual, y teniendo en cuenta que los datos de estancia media italiana para el turismo extranjero son de 4,15 pernoctaciones por turista en alojamientos hoteleros y de 6,9 en los extrahoteleros, se adopta para el cómputo español la cifra de 4,5 y 7,5 en uno y otro caso, respectivamente.

Mediante aplicación de estas cifras se obtienen los totales de pernoctaciones para alojamientos hoteleros y extrahoteleros reflejados en la tabla 5.00; los que divididos posteriormente por 31 —cifra de los días del mes punta— establecen el total de plazas ocupadas en el día punta, que resulta ser de 120.000 para los establecimientos hoteleros y de 93.000 para los extrahoteleros. Ello nos da un total de 213.000 plazas ocupadas en días punta por el turismo extranjero en España.

2.1.2 Demanda máxima por categorías

A efectos de una mayor finura de contraste con la capacidad hotelera existente, interesa el conocimiento de la distribución de este nivel total de ocupación entre las distintas categorías de establecimientos hoteleros. Supuesta una distribución de pernoctaciones análoga a la

existente en Italia para 1961, se establece el número de plazas ocupadas en cada una de las tres categorías en que se han dividido los establecimientos hoteleros, según se refleja en la tabla ya citada.

Con respecto a los alojamientos extrahoteleros — aun cuando es tema que será tocado con mayor profundidad posteriormente—, debe adoptarse como cifra provisional la de 47.000 plazas en el momento punta en alojamientos particulares del tipo de apartamentos, villas, etcétera, y de 46.000 plazas ocupadas por el turismo extranjero en el momento punta en otros tipos de alojamientos.

TABLA 2.3

«RATIOS» INTERNACIONALES TURISTICOS

Año 1961	Turistas a hoteles, mes punta	Turistas a fronteras mes punta	Pernoctaciones a hoteles mes punta	Noches por turista registrados en hotel	Noches por turista registrados en frontera	Turistas registrados en hotel/ turistas registrados en frontera Porcentaje	Turistas registrados en establecimientos extrahoteleros registrados en frontera Porcentaje
Alemania	18,8		18,1	2,1			
Austria	23,9		28,6	6,0			
Bélgica			26,1	1,8			
Francia		15,2			5,5		
Grecia			17,7		10,2		
Irlanda		19,9					
Italia	18,7		21,15	4,1		78,3	15,7
Luxemburgo			31,1				
Noruega			21,8		2,3		
Países Bajos	14,7		18,1	2,4			
Portugal			16,9		3,5		
Reino Unido		19,5					
Suiza	20,6		20,2	3,3			
Turquía		14,7					
Yugoslavia	26,8		30,2	4,2			
España		20,2					

En la tabla anterior, expresiva de ratios internacionales, de carácter turístico, se refleja la importancia de la punta turística para los distintos países, tanto para el cómputo de turismo en frontera como en hoteles, o para el número de pernoctaciones. Otras de las ratios incluidas permiten

estudiar la posible adecuación de los coeficientes adoptados para el turismo en España, en comparación con la situación que ofrecen otros países, a efectos de un contraste más amplio que el que ofrecería la mera adopción de los datos italianos, que, sin embargo, y por las circunstancias tan repetidamente explicadas a lo largo del presente estudio, se han considerado como base fundamental del análisis del turismo en España ante la carencia de datos propios y directos.

2.2 Contratación de la capacidad de alojamiento

2.2.0 Análisis del contraste

Se ha establecido, hasta el presente, que el análisis en la distribución por categorías de alojamiento del turismo extranjero en España y del turismo interior parte fundamentalmente de una analogía respecto a los datos italianos. Sin embargo, en lo que se relaciona con el turismo interior, se han formulado dos hipótesis, de las cuales, aun cuando la primera parece más ajustada a la realidad, interesa su contrastación a efectos de una mayor seguridad en las bases de partida.

El contraste se realiza por comparación entre la punta de demanda de alojamientos hoteleros y la capacidad existente en 1961, según las tres categorías en principio establecidas. La punta de demanda máxima se establece por adición del turismo interior y extranjero, tomando para el primero alternativamente una u otra hipótesis.

Tal y como se indica en la tabla adjunta, la hipótesis I, en cuanto se refiere a la capacidad de alojamiento para el turismo interior, más la

evaluación del turismo extranjero, ofrece una punta máxima de demanda de 220.000 alojamientos, que en comparación con los 299.516 existentes (ambas cifras referidas al número de plazas), supondría un aprovechamiento en el momento punta del 73 por 100 de la capacidad total. Dicho grado de ocupación es distinto según la categoría de alojamientos y se establece en el 71 por 100 para los más lujosos, el 68 por 100 para los intermedios y el 76 por 100 para los establecimientos hoteleros más modestos.

TABLA 2.4

**ESPAÑA 1961. CONTRASTACION DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTOS
HOTELEROS**

	Capacidad	Hipótesis I		Hipótesis II	
		Día punta	Ocupación Porcentaje	Día punta	Ocupación Porcentaje
Hoteles lujo y 1ª A	41.752	29.000	71	34.600	83
Hoteles 1ªB y 2ª y pensiones de lujo	70.963	48.200	68	58.200	82
Hoteles 3ª, pensiones y casas de huéspedes	186.801	142.200	76	193.200	104
TOTALES	299.516	220.000	73	286.000	96

La hipótesis II da origen a una punta de demanda de 286.000 plazas, que en comparación con las existentes supone un 96 por 100 de ocupación en el momento de máxima afluencia, variando dicho coeficiente para cada tipo de alojamientos establecidos entre el 82 y el 104 por 100.

La ocupación media del 73 por 100 parece aceptable, aun cuando algo elevada, ya que se trata de una ocupación para el total del país y sabemos que el mes de agosto, que es punta para el turismo total, el conjunto de España, no lo es, por ejemplo, para las islas Canarias. Puede ser aceptable, decimos aun cuando supera en un 10 por 100 a la

cifra de ocupación máxima italiana, como se verá más adelante al analizar las previsiones en la ocupación para el año 1967.

Sin embargo, la hipótesis II queda absolutamente descartada una vez realizado este contraste, no ya por la mera existencia de un factor de ocupación superior a 100 para los alojamientos más modestos, por cuanto el mismo puede ser motivado por una diferencia de estacionalidad o por una distinta distribución en la demanda, con relación a los valores adoptados, sino fundamentalmente porque el valor de ocupación media del conjunto de los establecimientos hoteleros se establecería en un 96 por 100 para el mes punta, cifra a todas luces imposible de alcanzar.

Es de tenerse en cuenta que aun cuando es posible y absolutamente normal que en determinados períodos pueda llegarse, no sólo a obtenerse una ocupación total en un determinado establecimiento hotelero, sino en todos los de una pequeña zona, no es posible esperar, sin embargo, un factor de ocupación casi total para el conjunto de los establecimientos hoteleros en España para el mismo período y, por consiguiente, la hipótesis II establecida al analizar el turismo interior, debe ser absolutamente rechazada por proporcionar una cifra de alojamientos hoteleros para el turismo interior incompatible con las cifras del turismo extranjero, cuyo grado de seguridad parece superior.

La evaluación del turismo interior ha debido hacerse sin otra posibilidad de contraste que el que ahora se realiza en función de la capacidad de alojamientos existentes en dicha fecha. Esta situación debe ser remediada con una adecuada investigación estadística.

Capítulo III. Estudio de la demanda futura

3.0 Turismo extranjero

3.0.0 Planteamiento

Para analizar el desarrollo previsible del turismo extranjero en España se ha de partir necesariamente de los niveles esperados de la demanda general turística en los próximos años.

Los gastos turísticos son gastos de consumo y éstos están íntimamente correlacionados con el nivel de renta. Por consiguiente, la primera proyección a realizar será analizar cuál es la correlación entre gastos del turismo exterior de cada país y su respectivo nivel de renta nacional.

Concedida dicha correlación se analizarán las previsiones de evolución de la renta futura en los distintos países y paralelamente la parte destinada a gastos turísticos, siempre bajo el supuesto de mantenimiento de los factores extraeconómicos que influyen en los mismos, es decir, admitiendo el supuesto de que prosiga una situación de paz internacional y una reducción progresiva de los controles existentes para el desplazamiento de personas y para la transferencia de divisas.

Fijado el nivel previsible de gastos turísticos de los países estudiados, en el período 1963-1967 se estudiará, finalmente, unas previsiones de

absorción de dichos gastos, por nuestro país, teniendo en cuenta la competencia que ofrecen los demás países turísticos.

3.0.1 Elasticidad-renta de los gastos turísticos

Las previsiones de curvas de demanda se realizan a partir del conocimiento de los coeficientes de elasticidad entre el consumo y otras variables económicas, adoptadas como variables independientes. Estas acostumbran a ser, principalmente, el nivel de precios y el nivel de renta.

En proyecciones de la demanda a plazo medio y ante la dificultad y poca seguridad que tienen generalmente las previsiones, en cuanto a los niveles relativos de precios, se adopta la simplificación de que dicho nivel relativo se mantiene sensiblemente constante en el futuro, con lo que las curvas de demanda son función, entonces, del nivel medio de renta.

Sin embargo, hemos de hacer notar que al adoptar como variable independiente el nivel medio de renta, no se estiman los efectos producidos e inducidos por un cambio en la distribución de la misma entre los distintos grupos receptores de renta, ni tampoco se tienen en cuenta —en cuanto no se deduzcan de la experiencia pasada— los efectos que la distinta importancia porcentual de los grupos en cuestión presenta frente a la demanda una vez que se traspasa el umbral mínimo de renta.

Para la investigación que se realiza se ha estudiado el coeficiente de elasticidad-renta, definido como relación por cociente entre los incrementos porcentuales de los gastos del turismo exterior y de los ingresos totales, es decir, de la renta total.

Se parte de los datos correspondientes a doce países de Europa occidental, incluida España, referentes a la repercusión en la balanza de pagos de cada país de los gastos turísticos en los años 1957 y 1961.

TABLA 3.1

INGRESOS Y GASTOS TURISTICOS

(En millones de dólares)

	Ingresos				Gastos			
	1957	1961	1961 Índice	Aumento 57/61	1957	1961	1961 Índice	Aumento 57/61
Alemania occidental	444	506	114	62	329	897	272	566
Austria	146	278	190	132	26	60	231	34
Dinamarca	66	119	180	53	55	89	126	34
España (1)	140	385	275	245	10 (1)	54	540	44
Francia	412	565	137	153	272	399	147	127
Irlanda	91	131	144	40	39	46	118	7
Italia	381	755	198	374	58	108	186	50
Noruega	34	56	165	22	45	57	127	12
Países Bajos	67	160	238	93	82	155	185	71
Reino Unido	361	577	160	216	409	636	155	227
Suecia	89	118	133	29	85	115	135	30
Suiza	232	342	147	110	96	132	138	36
TOTALES	2.463	3.992	162	1.529	1.508	2.748	182	1.240
Tasa anual	13,0%		16,2%					
Porcentajes:								
España			5,7	9,7	16,0			
Italia			15,4	18,9	24,5			

En dicho cuatrienio los gastos turísticos para dichos países han pasado de 1.508 millones de dólares a 2.748 millones, lo que supone un

incremento de 1.240 millones de dólares y un índice de 182, si se adopta como base 100, la cifra correspondiente al año 1957.

Dicho ritmo de crecimiento en los gastos turísticos supone una tasa del 16,2 por 100 anual, medida en dólares corrientes.

Habida cuenta de que en dicho cuatrienio el poder adquisitivo del dólar se ha reducido aproximadamente en un 8 por 100, las cifras corregidas serían de 169 para el valor índice y de 14,0 por 100 para la tasa de incremento anual.

En el modelo econométrico que se establece se adopta como variable principal la tasa de crecimiento de la renta para dichos países, que ha variado en dicho cuatrienio entre el 9,2 para Alemania occidental y el 3,3 para Noruega.

Es de interés hacer notar que esta tasa de crecimiento se ha obtenido reduciendo a dólares americanos, de cada año, el valor de la renta total y que, por consiguiente, no coincide exactamente con el crecimiento real de la economía de dichos países. El posible error es despreciable, salvo para el caso de Francia, por lo que en este caso se ha corregido la distorsión introducida por la variación del tipo de cambio.

En el cómputo no se ha considerado la situación española por la confluencia de dos circunstancias altamente distorsionantes. Por un lado, el fenómeno de una apertura general de la economía española, que supone una solución de continuidad dentro del período y, en segundo lugar, por la drástica corrección de los tipos de cambio que supuso la puesta en marcha de nuestro Plan de Estabilización.

La tasa de crecimiento de los gastos turísticos en el cuatrienio varía del 4,2 por 100 para Irlanda al 28,5 por 100 para Alemania occidental.

El coeficiente de elasticidad queda encuadrado, por consiguiente, para los once países considerados, entre el valor de 0,98 para Irlanda y 4,96 para Austria.

El valor medio del coeficiente de elasticidad resulta ser de 2,85.

TABLA 3.2

ELASTICIDAD-RENTA DE LOS GASTOS TURISTICOS

	Tasa de gastos turísticos <i>Porcentaje anual 1957-1961</i>	Tasa de renta 1956-1960, en dólares corrientes <i>Porcentaje anual</i>	Coeficiente de elasticidad
Alemania occidental	28,5	9,2	3,09
Austria	23,3	4,7	4,96
Dinamarca	12,8	7,2	1,78
Francia	10,1	3,5	2,89
Irlanda	4,2	4,3	0,98
Italia	16,8	7,8	2,16
Noruega	6,2	3,3	1,88
Países Bajos	16,6	7,4	2,24
Reino Unido	11,6	5,1	2,27
Suecia	7,8	5,9	1,32
Suiza	8,4	5,6	1,50
VALOR MEDIO	16,2	5,7	2,85

3.0.2 Previsión de gastos turísticos

Para el período de 1961-67 las previsiones de incremento de renta pueden inferirse, aproximadamente, del estudio realizado por la Comisión del Mercado Común sobre las perspectivas hasta 1970.

Se ha considerado para cada país —a efectos de quedar del lado de la seguridad— que la tasa anual más probable a alcanzar en el período que abarcan nuestras proyecciones será la menor de las previstas en dicho estudio para el quinquenio 1960-65 y 1965-70, en cuanto a los países que integran el Mercado Común. Para los restantes países de la muestra se ha adoptado también —como criterio más conservador— una reducción en el ritmo de crecimiento del período anterior análoga a la que se espera para los países de la Comunidad Económica Europea.

Las tasas de incremento de renta total para el período 1961-67 van entonces del 1,2 por 100 para Noruega al 5,8 por 100 para Italia.

Para España se ha adoptado una tasa del 6,5 por 100 de crecimiento anual y una elasticidad de 2,00 por la adopción de un valor ligeramente inferior al italiano.

Para realizar la proyección se ha supuesto una constancia en los coeficientes de elasticidad de cada país, durante el período 1961-67, manteniéndose los mismos valores resultantes en el cuatrienio 1957-61. Para ello, la tasa anual de crecimiento en los gastos turísticos va del 2,1 por 100 para Irlanda al 13,6 por 100 para Francia.

TABLA 3.3

ELASTICIDAD-RENTA DE LOS GASTOS TURISTICOS

	Tasa de renta Porcentaje	Elasticidad	Tasa de gastos turísticos	Índice 1967 1961 = 100	Total 1967 Millones de dólares
Alemania occidental	4,1	3,09	12,6	204	1.830
Austria	2,5	4,96	12,4	202	121
Dinamarca	4,7	1,78	8,4	162	144
España	6,5	2,00	13,0	208	112
Francia	4,7	2,89	13,6	215	858
Irlanda	2,1	0,98	2,1	113	52
Italia	5,8	2,16	12,5	203	219
Noruega	1,2	1,88	2,3	115	66
Países Bajos	4,3	2,24	9,6	173	268
Reino Unido	2,8	2,27	6,4	145	922
Suecia	3,6	1,32	4,8	133	153
Suiza	3,3	1,50	5,0	134	177
TOTALES	4,0	2,78	11,1	179	4.922

De acuerdo con dichas tasas de incremento de los gastos turísticos, los valores índices de 1967, con bases 1961 igual a 100, van del valor 113 para Irlanda al 215 para Francia y en dólares de igual valor adquisitivo al del dólar de 1931, las previsiones de gastos están entre 52 millones de dólares para Irlanda y 1.830 para Alemania occidental.

Es posible un incremento mayor del gasto turístico por parte de los naturales de Gran Bretaña, puesto que resulta baja la cifra de previsión de 922 millones de dólares, siendo así que su volumen de población en casi igual al de la población alemana y su nivel de renta, en 1960, es un 12 por 100 superior.

Contabilizados los doce países de la muestra, se llega a que la previsión de sus gastos turísticos es de 4.922 millones de dólares para el año 1967.

Si se trabaja con valores globales y se mantiene el coeficiente de elasticidad 2,85, la tasa de gastos turísticos sería de 11,4 por 100 anual, el índice para 1967 de 191 y los gastos totales de 5.240, o sea, un 6,4 por 100 superiores. Sin embargo, adoptaremos la cifra primeramente establecida.

TABLA 3.4

RENDA POR HABITANTE EN 1960 EN DOLARES CORRIENTES

Alemania occidental	907
Austria	643
Bélgica	984
Canadá	1.540
Dinamarca	1.036
España	24
Estados Unidos	2.285
Francia	960
Grecia	322
Irlanda	523
Islandia	799
Italia	508
Luxemburgo	1.186
Noruega	958
Países Bajos	1.065
Reino Unido	227
Suecia	1.084
Suiza	1.465
Turquía	1.365165
Yugoslavia	228

3.0.3 Los ingresos turísticos

Para los mismos doce países de Europa occidental que se están considerando, los ingresos turísticos en el período 1957-1961 han pasado de 2.463 a 3.992, con un incremento, por lo tanto, de 1.529 millones de

dólares y un valor índice para 1961 —con base 1957 = 100— de 162, medido en dólares corrientes.

Ello ha supuesto una tasa de incremento anual del 13 por 100 que afectada por la devaluación del dólar en el mismo período, queda reducida al 10,8 por 100 y el índice corriente al valor 151.

La relación entre los ingresos y los gastos turísticos para el conjunto de los doce países se redujo del valor 1,63 obtenido en el año 1957 al valor 1,45 que ofrece el año 1961. Ello es debido a la mayor prosperidad económica de Europa occidental, con relación al resto del mundo, en cuanto a la velocidad de crecimiento de la renta.

Admitida —como solución también más conservadora— que dicha situación de ventaja comparativa entre Europa occidental y el resto del mundo, proseguirá en los próximos años. Es de esperar otra posterior reducción en el valor de la cifra cociente entre ingresos y gastos turísticos, aunque no tan acusada.

Admitiendo que para 1967 tan sólo el 40 por 100 de los ingresos turísticos de dichos países provenga de otros países distintos, se obtendría un volumen de ingresos global de 6.900 millones de dólares, lo que supone un índice de 173 con relación al año 1961 y atestigua un menor ritmo de crecimiento en el ingreso turístico para el próximo período, que pasa a ser de sólo el 9,6 por 100, mientras que fue el 13,0 por 100 para el período anterior.

La previsión no puede ser tachada de optimista si se tienen en cuenta los criterios de austeridad con los que se ha evaluado el desarrollo económico de los países no incluidos en la Comunidad Económica Europea y la posibilidad de inversión de la tendencia de los últimos años,

que acusaba una reducción demasiado fuerte de la afluencia turística americana a Europa, medida en valores relativos.

Es preciso tener además en cuenta que no parece probable la presencia de dificultades en las balanzas de pagos de los países de Europa occidental, todos los cuales han incrementado sustancialmente sus reservas en el último quinquenio. Además, sólo Alemania occidental y el Reino Unido presentan un déficit apreciable en la balanza turística, en especial el primero de estos países, que lo tuvo de 391 millones de dólares en 1961. Sin embargo, sus gastos turísticos suponen sólo el 8 por 100 del valor de las importaciones del mismo año y sus reservas actuales son del orden de 7.000 millones de dólares.

3.0.4 La situación española

En el año 1957 los ingresos turísticos españoles se evalúan en 140 millones de dólares, corrigiendo la cifra global de nuestro balance de pagos, de acuerdo con la relación entre el número de turistas de dicho año y el de 1961 y los ingresos obtenidos en este último. Supone un 5,7 por 100 de los ingresos totales obtenidos con el conjunto de los doce países estudiados.

Italia, en dicho año, obtuvo, para su economía, el 15,4 por 100 de dichos ingresos.

La situación en 1961 se refleja en los siguientes porcentajes de los ingresos totales:

Ingresos españoles ...	9,7 %
Ingresos italianos	18,9 %

Si bien ha aumentado en un 4 por 100 la participación española, hay que considerar que Italia ha obtenido también un incremento de su participación del 3,5 por ciento.

La situación queda más claramente reflejada si tenemos en cuenta que del incremento de ingresos totales en el período, la participación española es tan sólo del 16 por 100, mientras que la italiana es del 24,5 por 100.

Interesa tomar en consideración estos porcentajes, principalmente por deshacer el error de apreciación que, en los momentos actuales, está adquiriendo casi carta de naturaleza y que viene a expresar la convicción de que España está prácticamente desbancando a Italia en el terreno turístico. Vemos cómo la situación no es así, ya que queda todavía mucho camino por recorrer y amplias posibilidades de aumentar nuestro porcentaje de captación de los nuevos tráficos turísticos.

Analizada la situación actual del sector puede ya establecerse, de acuerdo con los datos anteriores, una previsión sobre el volumen que, para 1967, pueden ofrecer los ingresos y gastos turísticos dentro de nuestra balanza de pagos.

La segunda de estas cifras queda fijada por nuestro análisis en 112 millones de dólares, lo que constituye una previsión aceptable. En cuanto a los ingresos —que han de servir de base posteriormente a la determinación en unidades físicas del volumen del turismo en España—, pueden establecerse los siguientes supuestos:

- a) De acuerdo con la tendencia en la afluencia turística observada en los últimos años, puede establecerse para la situación

española en 1967 un nivel relativo prácticamente análogo al obtenido por Italia diez años antes, es decir, en 1957.

Así, la participación española en los ingresos turísticos totales sería del 15 por 100 y, por consiguiente, los ingresos turísticos a reflejar en el balance de pagos alcanzarían la cifra de 1.040 millones de dólares.

- b) Es lícito presumir que el establecimiento de un plan de desarrollo debe servir para forzar la tasa de crecimiento obtenida en el pasado, por cuanto tal es el objetivo final de un plan de dicho tipo.

Suponiendo tan sólo una captación por España del 24 por 100 del incremento de los ingresos turísticos totales, en el conjunto de los países considerados, es decir, una posición ligeramente inferior a la lograda por Italia en el cuatrienio 57-61, el volumen de ingresos turísticos se elevaría a la importante cifra de 1.085 millones de dólares.

De acuerdo con estas proyecciones puede aceptarse como base de partida para el desarrollo del sector turístico la consecución de una cifra global de ingresos en 1967, por un importe de 1.060 millones de dólares, valor medio aproximado de las dos cifras antes obtenidas. En pesetas, dicha cifra de ingresos supone la cantidad de 63.700 millones.

Una confrontación de este resultado con los obtenidos mediante otros modelos econométricos queda establecida en el anexo 1.

Capítulo IV. Previsión de la capacidad hotelera precisa para 1967

4.0 Demanda de alojamiento

Establecidas las previsiones para el año 1967, en lo que respecta al volumen del turismo interior y extranjero, es posible ya, a partir de dichas cifras, realizar la proyección referente a la capacidad necesaria de alojamiento para dicha fecha.

Se parte fundamentalmente de la actual estructura de distribución de las corrientes turísticas, en lo que respecta a alojamientos hoteleros y extrahoteleros. Parece, sin embargo, dibujarse una tendencia hacia un mayor favor de la demanda, dirigida a establecimientos extrahoteleros. Se adopta, por tanto, una distribución del turismo extranjero para 1967, caracterizada por un reparto de la demanda de alojamiento, dirigida en sus dos terceras partes a alojamientos hoteleros y el tercio restante a extrahoteleros.

Para dicho año, la cifra prevista de turistas extranjeros con estancia superior a veinticuatro horas dentro de nuestras fronteras ha sido fijada, según estudios anteriores, en 13 millones de personas, de los que 8,7 millones se dirigirían a establecimientos hoteleros y 4,3 millones serían computados en alojamientos extrahoteleros. En lo que hace referencia al mes punta, no parece lógico suponer una reducción de la

estacionalidad presente, por cuanto los múltiples esfuerzos que todos los países están realizando en tal sentido puede decirse que en ningún caso se han visto coronados por el éxito, aun cuando hayan servido para aumentar, en valores absolutos, las corrientes turísticas de fuera de temporada, con las ventajas que dicho aumento reporta. Por lo tanto, el turismo extranjero en el mes punta dirigido a alojamientos hoteleros se cifraría para 1967, como se indica en la adjunta tabla, en 1,74 millones de individuos y en 1,50 millones los alojados en establecimientos extrahoteleros.

TABLA 4.0

**ESPAÑA. PREVISION 1967 DE ALOJAMIENTOS HOTELEROS Y
EXTRAHOTELEROS, EN MES PUNTA Y DIA PUNTA PARA NACIONALES Y
EXTRANJEROS**

EXTRANJEROS	
Turistas extranjeros de más de veinticuatro horas	13.000.000
A alojamientos hoteleros	$2/3 \times 13 = 8,7$ millones
A alojamientos extrahoteleros	$1/3 \times 13 = 4,3$ millones
Mes PUNTA	
A alojamientos hoteleros	$0,20 \times 8,7 = 1,74$ millones
A alojamientos extrahoteleros	$0,35 \times 4,3 = 1,50$ millones
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros	$1,74 \times 4,15 = 7.200.000$
Pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros	$1,50 \times 6,9 = 10.400.000$
Día PUNTA	
Plazas hoteleras ocupadas	232.000
Plazas extrahoteleras ocupadas	325.000
ESPAÑOLES	
Día PUNTA	
Plazas hoteleras ocupadas	157.000
Plazas extrahoteleras ocupadas	265.000
TOTAL	
Día PUNTA	
Plazas hoteleras ocupadas	389.000
Plazas extrahoteleras ocupadas	600.000

Por lo que respecta a las pernoctaciones por turistas, es de esperar que el incremento turístico previsible reduzca en parte las actuales cifras españolas al nivel italiano de 1961. Es decir, a 4,15 pernoctaciones por turista en alojamientos hoteleros y a 6,9 en alojamientos extrahoteleros.

Por consiguiente, las plazas hoteleras ocupadas en el día punta por el turista extranjero alcanzarían la cifra de 232.000, llegando a 335.000 la cifra correspondiente a los alojados en establecimientos extrahoteleros.

Por lo que respecta al desarrollo futuro del turismo interior, se carece en absoluto de datos sobre el valor de la propensión al gasto en turismo interior, en relación con la evolución previsible de la renta en los próximos años. Como tasa de aumento en la renta total, hemos adoptado, para la presente proyección, la de 6,5 por 100 acumulativo anual².

Se trata de previsiones que no pueden ser tachadas de optimistas, en lo que hace referencia a turismo interior. La adopción como cifra de crecimiento del volumen del gasto turístico total, del 6,5 por 100 acumulativo anual, parece estar dentro de un amplio margen de seguridad, tanto para un menor crecimiento de la renta de lo previsto — por cuanto si ésta creciera sólo al 5 por 100, ello supondría una elasticidad de 1,3— como a efectos de contrabalancear la influencia de una posible supervaloración del turismo extranjero.

De acuerdo con el carácter que tienen los gastos turísticos, es de esperar que, sin duda ninguna, su coeficiente de elasticidad sea en todo caso superior a la unidad, lo que supone la existencia de una

² Esta tasa de aumento del gasto turístico interior del 6,5 por 100 anual acumulativo es compatible con la previsión de un incremento del 8,1 por 100 en el volumen del turismo interior (tabla 6.1), ya que el Plan persigue fomentar el turismo social.

reserva tácita de demanda interior dentro de la programación en general establecida.

Sobre esta base, la cifra de plazas ocupadas en el día punta por el turismo interior en 1967 sería de 157.000 para el conjunto de la hostelería y de 265.000 para los establecimientos extrahoteleros.

El conjunto de ambos movimientos turísticos —interior y extranjero— proporcionan para el año objeto de la previsión la cifra de 389.000 plazas hoteleras ocupadas en el día de la demanda máxima y de 600.000 plazas extrahoteleras.

4.1 Demanda de alojamientos hoteleros

El segundo paso para la determinación de la capacidad precisa de alojamiento lo constituye el análisis de cómo ha de distribuirse la demanda de ambos tipos de turismo, en orden de la categoría de los alojamientos, y de cuál es la tasa máxima de ocupación que puede admitirse para el día punta, teniendo en cuenta que se está trabajando con datos globales para el conjunto del país y que, por lo tanto, sería utópico el plantear una ocupación máxima de 100 por 100 en el día punta. Aun cuando se ha escrito muchas veces que no es posible diseñar la futura capacidad hotelera para hacer frente a la punta máxima de demanda, el análisis de la situación italiana —que se refleja en la tabla adjunta— pone de manifiesto que, para los supuestos que han informado la proyección económica realizada, la capacidad de alojamiento cubre, en todo caso, la punta de demanda, sin más salvedad que la que ofrecen los hoteles de lujo para los que se da un 2 por 100 de superocupación teórica, lo cual es aceptable dado el grado de precisión con que se trabaja a partir de los módulos establecidos.

TABLA 4.1

**ITALIA 1961. ANALISIS DE LA SITUACION ITALIANA DE
PERNOCTACIONES EN MES PUNTA Y DIA PUNTA**

Mes punta			
Pernoctaciones hoteleras	Italianas	11.400.000	
	extranjeras	<u>6.700.000</u>	
			18.100.000
Pernoctaciones extrahoteleras			
	Italianas	18.550.000	
	extranjeras	<u>3.640.000</u>	
			22.190.000
Día Punta			
Hoteleras	591.000		
Extrahoteleras	720.000		
	Capacidad	Presencias días punta	Ocupación Porcentaje
Lujo y 1ª	73.749	71.000	96
II y pensión 1ª	151.071	115.000	76
III y IV y pensiones 2ª y 3ª	487.279	314.000	65
Locande	145.833	91.000	63
	<u>857.932</u>	<u>591.000</u>	<u>69</u>
Lujo	14.605	14.900	102,0
I	59.144	49.600	83,5
II	145.892	104.500	69,5
III	174.963	105.500	60,3
IV	135.734	73.200	54,1
Pensión 1ª	5.179	3.360	70,4
Pensión 2ª	42.094	26.550	63,2
Pensión 3ª	134.488	79.600	59,0
Locande	145.833	82.700	56,8
	<u>857.932</u>	<u>537.180</u>	<u>62,5</u>

En el análisis de la distribución de las pernoctaciones para 1967, se ha adoptado una distribución idéntica a la italiana para 1961, a falta de mejores datos en los que basar dicha distribución. Se observa así como en los establecimientos de categoría superior la participación extranjera es mayor que la española, siempre en porcentajes referidos al total de

una y otra demanda. Se aprecia en la previsión de demanda total que los establecimientos hoteleros de superior categoría son los más dependientes del volumen del turismo extranjero.

TABLA 4.2

ESPAÑA. DISTRIBUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES EN 1967 POR CATEGORÍAS
(Porcentajes)

	Españoles	Extranjeros	Ocupación Porcentual máxima
Hotel lujo	1,3	5,3	90
1ª A	7,0	13,1	80
1ª B	15,3	24,8	70
2ª	19,1	19,9	60
3ª	16,8	8,4	55
Pensión lujo	0,5	1,1	70
Pensión 1ª	3,9	6,7	65
Pensión 2ª, 3ª y C.H.	35,7	20,7	60

4.2 Capacidad mínima de alojamiento

Como cifra de ocupación máxima en día punta, se han fijado, de acuerdo con la experiencia italiana, porcentajes que van desde el 90 por 100 para los hoteles de lujo al 55 por 100 para los de tercera categoría. Esto servirá para establecer el volumen preciso de alojamiento a partir de las ocupaciones máximas previsibles.

La tabla establece para las ocho categorías fijadas el volumen de la punta de demanda para el turismo interior y extranjero. Aquí se aprecia con mayor claridad la gran importancia que el turismo extranjero ofrece para los establecimientos hoteleros —salvo los de categoría inferior— con relación al turismo interior. Interesa, sin embargo, hacer notar que, de acuerdo con los módulos establecidos, las pensiones de más baja categoría hacen frente al 20 por 100 de la punta total de demanda de turistas extranjeros, contra el criterio hasta ahora sostenido —por falta de datos estadísticos—, que no consideraba establecimientos turísticos a las

pensiones de segunda y tercera categoría y a las casas de huéspedes. No se quiere con ello fijar como absolutamente cierta dicha importancia porcentual para estos establecimientos, sino que el ejemplo italiano hace suponer dicho porcentaje, sobre todo si se tiene en cuenta lo que parece incontrovertible respecto a la inferior calidad del turismo extranjero hacia España, motivado, tanto por su menor nivel de precios con relación a Italia como por el menor desarrollo turístico que todavía presenta nuestra economía.

TABLA 4.3

**ESPAÑA. PROGRAMACION DE LA CAPACIDAD HOTELERA EN ESPAÑA;
PUNTA DE DEMANDA POR CATEGORIAS DE ALOJAMIENTOS, PARA
ESPAÑOLES Y EXTRANJEROS**

	Españoles	Extranjeros	Total	Cap. Precisa	Cap. Existente	Aumento
Hotel lujo	2.040	12.300	14.340	15.900	17.530	1.630
1ª A	11.000	30.500	41.500	51.800	24.328	27.472
1ª B	24.000	57.500	81.500	116.000	29.947	86.053
2ª	30.600	46.200	76.800	128.000	34.944	93.056
3ª	26.400	19.500	45.900	83.500	30.319	53.181
Pensión lujo	785	2.550	3.335	4.700	6.082	1.382
1ª	6.120	15.250	21.370	32.800	18.955	13.845
2ª, 3ª y C.H.	56.000	48.200	104.200	173.000	137.527	35.473
	156.945	232.000	388.945	605.700	299.632	306.068

Sumando ambas demandas —interior y extranjera— se obtienen los puntos de demanda total y por aplicación a las mismas, según cada categoría de alojamientos, de los coeficientes máximos de ocupación establecidos, se llega a determinar la capacidad de alojamientos precisa para 1967, medida en número de plazas, que se eleva a 605.700 en total. Como en 1961, la capacidad de alojamientos existentes suponía prácticamente 300.000 plazas, en el período 1962-67 se precisa la construcción de 306.000 plazas nuevas para hacer frente al desarrollo de la demanda turística interior y extranjera. Es decir, la duplicación práctica de la capacidad existente.

4.3 Programación de las nuevas construcciones

Al establecer la distribución de las pernoctaciones por categorías de alojamientos hoteleros, se ha realizado una identificación entre distintas categorías, según las nomenclaturas españolas e italiana que, siendo suficientemente aceptable para los fines perseguidos, parece demasiado rígida a efectos de programar la capacidad futura.

Por ello, sobre las cifras teóricas de aumento relacionadas en la última columna de la tabla 6.03, se ha realizado una corrección por media móvil de tercer grado que establece —con mayor aproximación— el número de plazas de cada categoría, que deberían construirse en el período 1962-67, y que constituye, por tanto, la propuesta de programación adoptada.

Se obtiene así un aumento de capacidad de alojamientos que va de 13.000 nuevas plazas en hoteles de lujo a 77.000 en hoteles de segunda categoría.

Aun cuando en el último trienio las pensiones de inferior categoría y las casas de huéspedes presentaban una evolución ligeramente regresiva, es de esperar que dicha tendencia sufra un cambio en el próximo futuro, si ha de desarrollarse un turismo social, que amplíe los beneficios del turismo a capas cada vez más amplias de la población. Por otra parte, el incremento programado en dicha categoría de alojamientos es sólo de un 17,5 por 100 frente a un incremento total que se cifra en el 102 por 100, lo que indica que los alojamientos de esta categoría irán perdiendo importancia relativa, como puede verse más adelante.

TABLA 4.4

**PROPUESTA DE PROGRAMACION DE NUEVAS CONSTRUCCIONES DE
HOTELES**

(Período 1962-1967)³

Categoría	Españoles	Extranjeros	Aumento
Hotel lujo	13.000	1,82	7.100
1ª A	37.000	1,74	21.200
1ª B	69.000	1,73	39.800
2ª	77.000	1,70	45.300
3ª	48.000	1,67	28.700
Pensión lujo	22.000	1,76	12.500
1ª	16.000	1,76	9.000
2ª, 3ª y C.H.	24.000	1,76	13.600
	306.000	1,73	177.200
	Tasa de aumento anual		12,4%

4.4 Situación comparativa con Italia

Finalmente, se realiza una comparación entre el número de plazas en alojamientos hoteleros españoles e italianos para 1961 y las previsiones españolas para el año 1967. La comparación se establece entre el total de plazas hoteleras —de 300.000 en 1961 a 606.000 en 1967— contra una situación italiana en el primer año de 858.000 plazas y también entre los porcentajes que, por categorías, ofrecen los alojamientos hoteleros a partir de una identificación aproximada entre las distintas categorías administrativas establecidas en ambos países.

³ Esta programación ha partido de la situación en 1961, a fines de cuyo año el número de plazas era de 306.000. A fin de 1962 alcanzó 343.944. Los datos de 1962 fueron conocidos posteriormente a la redacción del presente estudio.

TABLA 4.5

**COMPARACIÓN ENTRE NÚMERO DE PLAZAS (DISTRIBUCIÓN
PORCENTUAL) EN ESPAÑA E ITALIA**

Categoría	España 1961	España 1967	Italia 1961	Categoría
Hotel lujo	5,82	5,03	1,71	A.lujo
1ª A.....	3,10	10,15	6,89	A.1ª
1ª B.....	9,98	16,30	17,01	A.2ª
2ª.....	11,63	18,49	20,18	A.3ª
3ª.....	10,10	12,95	15,70	A.4ª
Pensión lujo....	2,02	4,63	0,61	P.1ª
1ª.....	6,32	5,77	4,98	P.2ª
2ª, 3ª y C.H.	46,03	26,63	32,92	P.3ª y Loc
	100,00	100,00	100,00	
TOTALES	299.632	605.700	857.932	

Tenemos así que, en términos de capacidad de alojamiento, los hoteles de lujo suponían en España -en 1961- el 5,82 por 100 del total, mientras que en Italia eran tan sólo del 1,71 por 100.

Nuestra previsión para 1967 ofrece la cifra de 5,03, es decir, un porcentaje sensiblemente inferior al actual, mientras que aumentan, por el contrario, los hoteles de primera categoría, en especial los de primera B, pasando de 9,98 a 16,30 por 100, aproximándose más a las cifras típicas de la hostelería Italiana.

Análogamente aumenta la proporción relativa de los hoteles en la categoría inferior, aún sin llegar a los porcentajes italianos, por cuanto nuestro desarrollo posterior en el tiempo hace precisa una calidad superior en los establecimientos hoteleros, calidad, por otra parte, ya hoy reconocida y cuyo prestigio es conveniente mantener.

En lo que respecta a pensiones de lujo, pese a su analogía con las cifras italianas, se programa algo más de una duplicación del porcentaje actual por entender que el tipo de pensión de lujo constituye, en muchos casos, un paso intermedio entre los alojamientos hoteleros propiamente dichos y los alojamientos en apartamentos o villas, tendencia que parece manifestarse en los últimos tiempos.

Las pensiones de primera mantienen prácticamente su actual porcentaje y, en cambio, las pensiones de categoría inferior y casas de huéspedes -pese al aumento absoluto programado- disminuyen francamente en importancia relativa, pasando a ser únicamente del orden del 27 por 100 que suponen en el momento actual.

Dentro de lo aleatorio de toda previsión económica, queda encuadrada suficientemente la programación del desarrollo futuro de nuestra capacidad hotelera, de forma que las cifras establecidas puedan servir de base al Plan de Desarrollo en el sector turístico máxime habida cuenta de que éste tiene fundamentalmente un carácter indicativo-. En todo caso, la distribución realizada por categorías entre los distintos alojamientos hoteleros puede guiar la concesión de los oportunos créditos. Es preciso tener en cuenta, sin embargo, que falta por estudiar y establecer el aspecto locacional del futuro desarrollo turístico, por cuanto es preciso, aun en grandes cifras, definir una política de desarrollo turístico con carácter regional y, por lo tanto, la determinación de las futuras capacidades de alojamiento deberá analizarse también a la vista de las necesidades regionales. Geográficamente la distribución por categoría de alojamientos no puede ser idéntica a la media nacional, sino que dependerá de las características del turismo que a cada zona se dirija, con una diferenciación clara entre las zonas de turismo de lujo, aquellas otras de turismo fundamentalmente popular y la capacidad de

alojamiento determinada por motivos de negocios o actividades de carácter general.

4.5 Población activa

Aspecto fundamental en la programación del desarrollo de cualquier análisis de las fuerzas de trabajo, en orden a la capacitación profesional de la nueva población activa, que demanda el aumento de actividades. En este aspecto se tropieza igualmente con una escasez de datos estadísticos y, fundamentalmente, una heterogeneidad bastante acusada según las distintas fuentes, sobre el actual volumen de la población activa empleada en la hostelería española.

De acuerdo con los datos que se han podido recoger de los que fundamentalmente existe una estimación realizada, para el año 1958, por la Dirección General de Empleo del Ministerio de Trabajo-, parecen cifrarse en 100.000 los puestos de trabajo existentes en el sector de hostelería para el año 1961. Hubiera sido interesante entrar en el análisis de la estacionalidad de dichos puestos de trabajo en función de la estacionalidad de la corriente turística, pero dicho planteamiento habrá de aplazarse hasta que se haya avanzado más en los estudios pertinentes.

Por consiguiente, la población activa en 1967 estará formada, de una parte, por la existente en la actualidad -salvo la reducción que se espera con la modernización y aumento de productividad- y los nuevos puestos de trabajo, cuya creación supone el aumento esperado en el número de habitaciones.

TABLA 4.6

POBLACIÓN ACTIVA. "RATIOS" DE OCUPACIÓN

Categoría	España 1955 Habitaciones	Previsión para 1967 Habitaciones
Hotel lujo	0,9	1,0
1ª A.....	1,5	1,7
1ª B.....	1,7	1,9
2ª.....	3,0	3,3
3ª.....	4,2	4,7
Pensión lujo....	--	1,7
1ª.....	--	1,9
2ª, 3ª y C.H.	--	2,5

El aumento de puestos de trabajo queda cifrado en 77.700 individuos activos. Como la reducción de modernización es de 10.000 puestos de trabajo, resulta un incremento neto de 67.700 individuos activos empleados en la hostelería para el periodo 1962-67.

TABLA 4.7

**NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO EN EL PERIODO 1962-67, POR CATEGORÍAS
DE ALOJAMIENTOS HOTELEROS**

Categoría	Aumento en el nº de habitaciones	Nuevos puestos de trabajo	Puestos de trabajo en 1961	Reducción por modernización	Total en 1967
Hotel lujo	7.100	7.100			
1ª A.....	21.200	12.400			
1ª B.....	39.800	20.900			
2ª.....	45.300	13.700			
3ª.....	28.700	6.100			
Pensión lujo....	12.500	7.400			
1ª.....	9.000	4.700			
2ª, 3ª y C.H.	13.600	5.400			
	177.200	77.700	100.000	10.000	167.700
Habitaciones por puestos de trabajo, 2,09 (en 1958: 1,74)					
Nuevos puestos netos de trabajo, 67.700					

Estas cifras de nuevos puestos de trabajo resultan básicas a efectos, tanto de analizar el nivel de ocupación que permitirá el establecimiento del Plan de Desarrollo como de prever la necesaria capacidad de formación profesional para hacer frente a la demanda de la hostelería. Es preciso tener en cuenta la importancia fundamental que la calidad del personal empleado en los establecimientos hoteleros tiene sobre la futura evolución de la afluencia turística, tanto española como extranjera, por cuanto constituye uno de los elementos fundamentales en orden a la calidad de los servicios hoteleros.

Aun cuando la formación profesional hotelera puede plantearse, sin referencia a la localización de los nuevos centros de trabajo, parece lógico y conveniente que, en cuanto sea posible, la formación profesional hotelera se realice en las zonas de mayor demanda de nuevos profesionales. La cifra de ocupación establecida con carácter global puede servir para determinar las necesarias inversiones en orden a la formación profesional de quienes han de ocupar los nuevos puestos de trabajo creados, a los que habrá de adicionar las necesidades derivadas de la renovación social de la mano de obra actualmente ocupada.

Capítulo V. Capacidad de alojamientos extrahoteleros precisa para 1967

5.0 Análisis de la demanda

Se ha determinado con anterioridad tanto un esquema de situación posible en la distribución en el turismo interior y extranjero en España para 1961 como una previsión de distribución en alojamientos hoteleros y extrahoteleros de la cifra de demanda prevista para 1967. A partir de esta primera distribución, en lo que afecta al tipo de alojamientos, se ha realizado la proyección del aumento de capacidad de demanda en hostelería y queda, por tanto, analizar, dentro de las escasas posibilidades que permiten los datos estadísticos existentes, cuál debe ser la capacidad de oferta en alojamientos extrahoteleros para 1967, a efectos de hacer frente a la demanda esperada, tanto de turismo nacional como extranjero.

La tabla que se adjunta expresa cuál es el máximo de demanda esperado en 1967 y su comparación con el día punta análogo para el

año base de 1961. Puede verse que se ha mantenido un crecimiento anual acumulativo del gasto turístico del 6,5 por 100 para la demanda interior, en tanto que el volumen extranjero viene acrecentado por la esperada variación en la posición de la demanda que, de acuerdo con las últimas tendencias, supone un incremento de la participación de alojamientos extrahoteleros sobre la hostelería tradicional. Así, sobre las 262.000 plazas extrahoteleras precisas en día punta, en 1961, la cifra correspondiente a 1967 es de 600.000 plazas (1).

TABLA 5.0

DEMANDA MÁXIMA ESPERADA DE PLAZAS EXTRAHOTELERAS EN DÍA PUNTA DE 1967. COMPARACIÓN CON 1961

AÑO 1961

Españoles	169.000
Extranjeros	93.000

	262.000

AÑO 1967

Españoles	265.000
Extranjeros	335.000

	600.000

El segundo problema que se plantea lo constituye la distribución de esta demanda extrahotelera, entre los diferentes tipos de alojamientos. Se carece en absoluto de datos estadísticos españoles, tanto sobre la capacidad de alojamiento de los establecimientos extrahoteleros como de su nivel de ocupación. No se dispone de un censo de los mismos y,

por consiguiente, éstos no se hallan catalogados de acuerdo con sus peculiares características. Únicamente para algunos tipos, tales como balnearios o campings, existe alguna información, cuyo grado de seguridad no es, por otra parte, excesivamente elevado.

A la vista de estas circunstancias, en cuanto a la información estadística española, ha debido optarse —una vez más— por adoptar como modelo para la programación los datos estadísticos italianos, en cuanto pueden ser expresivos —parcialmente— de una estructura de la demanda que —es de esperar no presente en España excesivas variaciones por la similitud de atractivos y situación turística de los dos países.

TABLA 5.1

DISTRIBUCION EN ITALIA DE LAS PRESENCIAS Y PERMANENCIAS MEDIAS EN ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS (NACIONALES Y EXTRANJEROS)

	Presencias Porcentaje	Permanencia media Día
Nacionales		
Alojamientos privados	59,5	28,1
Campings	1,2	5,5
Albergues	0,1	1,8
Balnearios y sanatorios	14,9	26,2
Institutos religiosos	1,0	8,9
Colonias mar y monte	19,1	27,5
Otros	4,1	7,5
	100	23,0
Extranjeros		
Alojamientos privados	36,2	18,8
Campings	48,3	5,1
Albergues	3,6	2,1
Balnearios y sanatorios	0,2	17,5
Institutos religiosos	0,6	4,3
Colonias mar y monte	2,5	24,5
Otros	8,6	8,2
	100	6,9

La distribución del turismo en los alojamientos extrahoteleros presenta una proporción muy distinta para cada uno de los grupos en que los

italianos catalogan dichos alojamientos y una estructura distinta en cuanto a la distribución de la demanda turística total, según sea ésta interior o extranjera. Igualmente, se aprecian diferencias significativas en los tiempos de permanencia media turística, por tipo de alojamiento y por categorías de la demanda.

Puede verse que, para el turismo interior, los alojamientos privados son, en términos de presencias o pernoctaciones, los más importantes, alcanzando prácticamente un 60 por 100 del total y seguidos, ya a alguna distancia, por los que los italianos denominan colonias de mar y de montaña y los balnearios. Los demás tipos de alojamiento carecen, prácticamente, de importancia en el turismo interior.

En lo que respecta a las cifras de permanencia, son precisamente estos tres tipos los que acusan una permanencia más prolongada, apreciándose claramente su utilización específica por veraneantes, en contra de lo que es normal en los demás tipos de alojamiento. La permanencia va, así, desde 28,1 días en los alojamientos privados a sólo 1,8 en los albergues de juventud.

En el turismo extranjero el camping tiene, en cambio, una importancia fundamental y los alojamientos privados ocupan tan sólo el segundo lugar, siendo prácticamente despreciables los restantes tipos de alojamiento. Es sintomática la levísima importancia de los balnearios para el turismo extranjero, lo cual pone de manifiesto un cambio absoluto de estructura respecto al turismo del siglo pasado, que era fundamentalmente, de modo directo o indirecto, lo que hoy se conocería como un turismo-balneario. El camping presenta una importancia fundamental desde el punto de vista de la demanda, aun cuando es preciso reconocer que para el país receptor del turismo el turista de camping es el que proporciona menores ingresos.

Al igual que se ha establecido para la hostelería al analizar los alojamientos extrahoteleros y el aumento de capacidad precisa, se hace la hipótesis del mantenimiento de la actual distribución italiana, tanto para la situación en el año base de 1961 como para la realización de la proyección referida a 1967.

TABLA 5.2

**ESPAÑA, ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS, 1961
CAPACIDAD OCUPADA EN MOMENTO PUNTA EN ALOJAMIENTOS
EXTRAHOTELEROS EN 1961 PREVISION PARA 1967**

Aumento capacidad preciso			
	Españoles	Extranjeros	Total
Alojamientos privados	105.500	33.700	134.200
Campings	2.200	44.800	47.000
Albergues	200	3.300	3.500
Balnearios y sanatorios	25.200	200	25.400
Institutos religiosos	1.700	600	2.300
Colonias mar y monte	32.300	2.300	34.600
Otros	6.900	8.100	15.00
	169.000	93.000	262.00
Contraste. – Núm. de agüistas en 1961		80.000	
	1967		
Alojamientos privados	157.500	121.000	278.500
Campings	3.400	162.000	165.400
Albergues	300	12.000	12.300
Balnearios y sanatorios	39.500	700	40.200
Institutos religiosos	2.600	2.000	4.600
Colonias mar y monte	50.800	8.400	59.200
Otros	10.900	28.900	39.800
	265.00	335.000	600.000
Aumento capacidad preciso			
	Alojamientos privados	144.300	
	Campings	118.400	
	Colonias mar y montes	24.600	

La tabla señala la capacidad ocupada en el momento punta, admitiendo —de acuerdo con la experiencia italiana— que el mes de

máxima demanda supone, en cuanto al número de presencias, el 35 por 100 de la demanda total anual. A falta de mayor precisión en cuanto a la estacionalidad de la demanda, según los tipos de establecimientos extrahoteleros, dicho porcentaje se ha aplicado a todos y cada uno de los mismos y tanto al turismo interior como extranjero. Ello no pasa de ser una ligera aproximación, que será preciso contrastar de acuerdo con la información estadística de que pueda ir disponiéndose en cada momento.

La capacidad ocupada en el momento punta para 1961 es máxima en los alojamientos privados y supone prácticamente la absorción de la mitad de la demanda dirigida a todos los alojamientos extrahoteleros. Para el caso español, estas últimas pueden ser equiparables a las residencias y campamentos, es decir, identificarse dicho epígrafe con lo que se pudiera considerar equipo fundamental del turismo social interior.

La capacidad total ocupada en 1961 alcanza a las 262.000 plazas antes establecidas, mientras que para el año 1967 la cifra total es de 600.000. Al establecerse el plan de equipo hotelero se había considerado la imposibilidad de superar de modo absoluto una cifra máxima de ocupación en momentos punta, medida en porcentaje del conjunto de la capacidad hotelera. La información disponible respecto a alojamientos extrahoteleros no permite evaluar, en ningún caso, el grado de ocupación, por cuanto se trata de un equipo turístico dotado de la más amplia elasticidad, y tendrá realmente poco sentido querer llegar a establecer de modo absoluto la capacidad de alojamientos en establecimientos extrahoteleros. Sólo algunos —como los balnearios— podrían admitir dicha consideración, en cuanto puedan identificarse prácticamente con establecimientos hoteleros a determinados efectos, pero no ocurriría lo mismo con relación a alojamientos privados, colonias, campings, albergues, etc.

Por ello, al programar el aumento de capacidad precisa para el período 1962-1967, se ha considerado prácticamente que en el momento punta puede llegar a alcanzarse una ocupación absoluta, habida cuenta de que el término «absoluto» no puede considerarse en todo su rigor, sino que más bien debe entenderse que en momentos punta los alojamientos extrahoteleros presenten un grado de ocupación elevado, pero aceptable. Por otra parte, es preciso considerar necesariamente cuál es la situación presente de los alojamientos extrahoteleros, a efectos de inferir la existencia de posibles déficit y superávit de partida.

De acuerdo con la información de que se ha podido disponer, parece lógico admitir la existencia de un superávit suficiente en lo que respecta a la capacidad de alojamientos extrahoteleros, salvo en aquellas categorías principales, como son los alojamientos privados, los campings y las colonias o residencias. Por ello, el programa de aumento de capacidad sólo contempla estos tres grupos, en tanto que no entra a analizar los balnearios por estimar que la capacidad existente es, desde luego, muy superior en su conjunto a la demanda actual y que, por consiguiente, no parece preciso plantear con carácter general la necesidad de un incremento en la capacidad balnearia para hacer frente a la punta de demanda. Más bien, y de acuerdo con la experiencia de otros países, el problema del turismo de balnearios se caracteriza por la debilidad de la demanda y son muchos los problemas que plantea en relación con el mejor aprovechamiento del equipo existente. Es interesante, especialmente, la posibilidad de aprovechamiento de las instalaciones de que se dispone, tanto para un turismo de tipo social como abriendo la balneoterapia al aprovechamiento por parte de los beneficiarios de los seguros sociales médicos.

Aparte de esto ha de considerarse que en la mayor parte de los casos los establecimientos balnearios están incluidos en la estadística hotelera. Por lo tanto, se establece para el período que abarca la proyección, un aumento de capacidad del orden de las 150.000 plazas en alojamientos privados, de 120.000 en campings y 25.000 en colonias y residencias para el período 1962-67.

TABLA 5.3

**INCREMENTO DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO EN
1962-67**

	Número de plazas
Alojamientos privados	144.300
Campings	118.400
Colonias mar y monte (residencias)	24.600
Otros	2.700
	<hr/> 290.000
Nuevos puestos de trabajo	
Alojamientos privados	15.000
Campings	5.000
Colonias mar y monte (residencias)	2.000
Otros	1.000
	<hr/> 23.000

El cómputo de los nuevos puestos de trabajo creados por las inversiones programadas es, en todo caso, aún más aleatorio que en la previsión establecida para los alojamientos hoteleros.

Es absoluta la falta de información sobre cuál es el personal ocupado en servicios directos de mantenimiento y vigilancia de los actuales alojamientos extrahoteleros y, por tanto, sólo puede hacerse una previsión aproximada de las necesidades que en cuanto a mano de obra se refiere, puede suponer la ampliación del total de los mismos.

Se ha partido de unas «ratios» estimadas, respecto a los puestos de trabajo por número de plazas, quedando establecido en, aproximadamente, 10 plazas por puesto de trabajo en alojamientos

privados, 25 en campings y 15 en colonias y residencias. Se llega así a un total de nuevos puestos, cifrado en 23.000. Es preciso hacer la salvedad importante de que por la mayor estacionalidad de la demanda turística dirigida a este tipo de alojamientos y el carácter de algunos de ellos, sumamente influidos por la estacionalidad climatológica, dicho volumen de puestos de trabajo no será de carácter permanente sino que, generalmente, presentarán un régimen estacional que requerirá una mayor agilidad en las estructuras de empleo y la conveniencia de desarrollar en todo lo posible, y paralelamente, un turismo de fuera de temporada que permita equilibrar la demanda de mano de obra, en especial mediante la conjugación de estaciones turísticas invernales y veraniegas.

Capítulo VI. Objetivos generales

6.0 Planteamiento

En el sector turístico el Plan de Desarrollo pretende conseguir el máximo de captación del turismo extranjero, al mismo tiempo que se satisfacen las necesidades derivadas del turismo interior. Se otorga al primero una mayor prelación, por cuanto su desarrollo supone de modo directo e inmediato una ampliación de las posibilidades de financiación exterior, precisas para el total desarrollo de la economía española. La máxima captación de turistas extranjeros requiere una perfecta programación de la oferta general de servicios turísticos, a efectos de que no puedan producirse en ningún momento estrangulamientos que incidan desfavorablemente en la evolución de la demanda. Al mismo tiempo, los servicios ofrecidos habrán de ser competitivos en calidad y precio con los de otros países y en especial con los de los países mediterráneos.

Las metas a alcanzar en 1967, tanto en lo que respecta a volumen de afluencia turística como a capacidad de alojamiento disponible, permiten establecer la debida programación anual de objetivos para el cuatrienio que abarca el Plan de Desarrollo.

Se adopta en la realización del ajuste el criterio de no considerar el posible desfase que en dichos dos años pueda producirse con relación a los objetivos teóricos, ya que dado el grado de seguridad de toda previsión económica, el posible error que pueda cometerse adoptando tal posición de partida queda dentro de los márgenes generales admisibles.

En la tabla que se adjunta vemos la comparación entre previsión y situación real según datos estadísticos al 31-XII-1963, relativos a capacidad de alojamiento.

TABLA 6.0

ALOJAMIENTOS EN 31 DE DICIEMBRE DE 1963
(Plazas)

Categoría	Previsión	Datos estadísticos
Hotel de lujo	20.930	22.027
Hoteles 1ª A	33.928	37.839
Hoteles 1ª B	47.947	45.792
Hoteles 2ª	55.144	39.984
Hoteles 3ª	42.819	43.645
Pensiones de lujo	11.882	9.216
Pensiones 1ª	23.155	24.372
Pensiones 2ª, 3ª y C.H.	143.827	41.021
Alojamientos privados	171.500	127.378*
Campings	77.400	103.067
Residencias	34.600	

*Datos incompletos y referidos sólo a los apartamentos

6.1 Volumen de turismo

Los objetivos fijados para cada año del cuatrienio 1964-67, admitido un ritmo uniforme de crecimiento a partir de los datos básicos de turismo correspondientes a 1961, se refleja en la siguiente tabla.

TABLA 6.1

VOLUMEN DE TURISMO. PREVISIONES

(En miles)

	1964	1965	1966	1967	Tasa anual Porcentaje
Turismo extranjero					
Total entrados	11.250	12.900	14.850	17.000	14,8
De más de 24 horas	8.400	9.700	11.200	13.000	15,4
Ingresos (millones de dólares)	778	862	957	1.062	11,0
Turismo interior	5.580	6.000	6.480	7.000	8,1

Las tasas porcentuales de crecimiento anual acumulativo para alcanzar las metas correspondientes al año 1967 son del 14,8 por 100 en cuanto al total de visitantes, del 15,4 por 100 para los turistas de más de veinticuatro horas de permanencia en España (asimilables a extranjeros entrados con pasaporte) y del 11,0 por 100 en cuanto a los ingresos totales en divisas aportados por el turismo extranjero. Para el turismo interior el ritmo de crecimiento resultante es del 8,1 por 100.

6.2 Alojamientos hoteleros

De acuerdo con la demanda esperada, la capacidad hotelera en 1967 deberá ser de 606.000 plazas, lo que supone el doble de la existente en 1961. Ello representa una tasa de crecimiento anual del 12,4 por 100, lo que lleva un aumento en el número de plazas hoteleras, que de 47.000 nuevas plazas en 1964 llega a 67.600 en 1967⁴.

Cambia ligeramente la estructura por categorías de la actual industria hotelera, disminuyendo la participación porcentual de pensiones y casas de huéspedes y aumentando sobre todo los hoteles de primera y segunda. La nueva estructura será más similar a la que ofrecen los principales países turísticos.

⁴ La cifra de plazas a fin de 1962 (343.944), incrementadas con el aumento estimado en 1963 (44.000) y el previsto en el Plan (226.000) arroja una cifra total ligeramente inferior a las 606.000 plazas previstas para 1967.

TABLA 6.2

NUEVAS PLAZAS HOTELERAS EN 1964-1967

Categoría	1964	1965	1966	1967	Total
Hotel lujo	2.000	2.200	2.500	2.900	9.600
Hotel 1ª A	5.700	6.400	7.100	8.200	27.400
Hotel 1ª B	10.700	11.800	13.300	15.200	51.000
Hotel 2ª	11.800	13.200	14.800	17.000	56.800
Hotel 3ª	7.300	8.300	9.200	10.700	35.500
Pensión lujo	3.400	3.800	4.200	4.800	16.200
Pensión 1ª	2.400	2.800	3.100	3.500	11.800
Pensión 2ª, 3ª y C.H.	3.700	4.100	4.600	5.300	17.700
TOTALES	47.000	52.600	58.800	67.600	226.000

Traducido en número de habitaciones el objetivo de expansión de la industria hotelera, se centra para el período 1964-67 en un aumento de 130.600 habitaciones en la capacidad respectiva, habida cuenta de la relación media existente entre plazas y habitaciones, según la categoría del alojamiento.

TABLA 6.3

AUMENTO DE CAPACIDAD HOTELERA EN 1964-1967

Categoría	Plazas por habitación	Número de habitaciones
Hotel lujo	1,82	5.200
Hotel 1ª A	1,74	15.700
Hotel 1ª B	1,73	29.400
Hotel 2ª	1,70	33.200
Hotel 3ª	1,67	21.200
Pensión lujo	1,76	9.200
Pensión 1ª	1,76	6.700
Pensión 2ª, 3ª y C.H.	1,76	10.000
TOTAL		130.600

El programa que se establece resulta realizable por cuanto no hay que olvidar que en 1962 la capacidad de alojamiento hotelero se incrementó en algo más de 44.000 nuevas plazas, según los datos estadísticos disponibles. Este aumento, sólo en muy pequeña parte, puede atribuirse a un mayor perfeccionamiento del censo hotelero, por lo que supone casi íntegramente un aumento real.

Al mismo tiempo se producirá un incremento de productividad en el sector, incremento que supone alcanzar un índice medio de 2,09 habitaciones por puesto de trabajo contra 1,74 en 1958; a pesar de lo cual el importante incremento de capacidad programado permite la creación neta de 45.000 nuevos puestos de trabajo, aunque es preciso señalar que en parte ofrecerán un carácter temporal.

De acuerdo con la composición prevista para la demanda, deberá darse el máximo apoyo a la construcción de hoteles de categoría media, cuya capacidad es actualmente insuficiente. Sobre ellos se centra sobre todo las preferencias de un turismo de masas, en especial habida cuenta de los niveles relativos de precios e ingresos nacionales y extranjeros.

6.3 Alojamientos extrahoteleros

La importancia creciente que los alojamientos complementarios de los hoteleros están adquiriendo en los modernos movimientos turísticos, puesta de manifiesto en el análisis de la demanda, requiere prestar la mayor atención al aumento de capacidad receptiva de los mismos. Respecto al equipo actual, sólo balnearios y sanatorios ofrecen exceso de capacidad y, por consiguiente, no se juzga precisa su ampliación como tampoco la de los institutos religiosos, que se hallan en el mismo caso y carecen prácticamente de importancia turística.

Es en alojamientos privados —en especial apartamentos— y en campings donde se programan para el cuatrienio los mayores aumentos de capacidad. En número de plazas, los primeros —con 107.000 nuevas plazas— suponen el 45 por 100 del total, mientras que los campings —con 88.000— absorben el 37 por 100. En total, son 238.000 nuevas plazas las que deberán crearse en dicho período.

TABLA 6.4

NUEVAS PLAZAS EN ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS

Categoría	1964	1965	1966	1967	Total	Porcentajes
Alojamientos privados	22.300	24.900	27.900	31.900	107.000	45,0
Campings	18.300	20.500	22.900	26.300	88.000	37,0
Albergues	1.300	1.500	1.700	2.000	6.500	2,7
Residencias	3.800	4.200	4.700	5.500	18.200	7,6
Otros	3.800	4.300	4.700	5.500	18.300	7,7
TOTALES	49.500	55.400	61.900	71.200	238.000	

La importancia de las cifras anteriores requiere una regulación adecuada de tal tipo de alojamientos, regulación que constituye uno de los objetivos del Plan.

La expansión del sector supone la creación neta de 15.600 nuevos puestos de trabajo que generalmente serán, en gran parte, de carácter temporal.

6.4 Industrias turísticas complementarias

Aunque sólo parcialmente, o en un sentido amplio, puede aceptarse que instalaciones tales como restaurantes, cafés, cafeterías, salas de fiestas, etc., tienen un carácter turístico, ya que su desarrollo viene inducido también por el aumento del nivel de vida interior, se incluyen dentro del sector turismo a efectos de programación en aquella parte en que su desarrollo se halla directamente correlacionado con el mismo.

Se dispone de una estadística sindical del número de empresas pertenecientes al grupo de hostelería, referida al 31 de diciembre de 1961. La tabla que se adjunta ofrece los datos estadísticos nacionales, en los que se nota la importancia porcentual de los cafés, tabernas y

restaurantes. Es preciso tener en cuenta la dificultad, en muchos casos, de caracterizar, en uno u otro grupo, un establecimiento o empresa determinada, pero, sin embargo, las cifras indicadas pueden servir de base para inferir, a grandes rasgos, cuál pueda ser el aumento esperado en cada uno de estos grupos de establecimientos.

TABLA 6.5

**EMPRESAS ENCUADRADAS EN EL SINDICATO NACIONAL DE HOSTELERIA,
EN 31 DE DICIEMBRE DE 1961**

Hotel	1.963
Pensiones	11.505
Restaurantes	11.211
Cafés, bares, tabernas	70.766
Cafeterías	827
Salas de fiestas	394
Casino	1.401
Balnearios	106
Aguas minerales	49
Agencias	334
TOTAL	97.556

Como quiera que no puede adoptarse como sinónimos hostelería y turismo, sino que éste demanda también servicios distintos a los de alojamiento, la programación del sector no sería completa dejando de incluir aquéllos más directamente demandados. La programación es, por fuerza, aquí, más clásica, pero tiene interés a efectos de inversión y de puestos de trabajo. Es en los establecimientos dedicados a consumos de boca donde se programa el mayor aumento para completar el equipo turístico de las principales zonas. Aparte de éstos se incluyen las salas de fiestas por su posición preeminente en cuanto a procurar distracción al turista, y las agencias de viaje, que desempeñan un importante papel en la promoción y explotación turísticas.

En lo que respecta a restaurantes, la previsión de aumento en el cuatrienio es de 3.000, es decir, de una cuarta parte, aproximadamente, de los existentes en 1961, teniendo en cuenta que

son precisamente los restaurantes los más influenciados por el desarrollo del turismo y que las estadísticas no hacen referencia al número de establecimientos sino al de empresas, por lo que, al programar un incremento de 3.000 restaurantes sobre los actualmente existentes, puede esperarse que el aumento porcentual se reduzca aproximadamente a un 20 por 100, habida cuenta de la existencia de empresas con varios establecimientos abiertos.

TABLA 6.6

INDUSTRIAS TURÍSTICAS COMPLEMENTARIAS

(Incremento en 1964-1967)

Establecimientos	Total
Restaurantes	3.000
Cafés, bares, tabernas	6.700
Cafeterías	300
Salas de fiestas	300
Agencias	37

El crecimiento esperado para cafés, bares y tabernas es menor por la mayor importancia del equipo existente y la elasticidad que presentan los mismos frente al problema del aumento de demanda. Se programa así un aumento de 6.700 establecimientos de dicha categoría.

El resto del aumento se distribuye entre cafeterías y salas de fiestas, aumentando también la cifra de agencias de viajes, aun cuando para estas últimas sea más bien aventurada dicha evaluación, dado el grado de atomización que ofrecen dichas empresas. Sin embargo, puede aceptarse el número de 37, que se fija en el programa, como expresión de agencias o sucursales de otras ya establecidas, si tenemos en cuenta el importante aumento esperado en el turismo, para el que las agencias constituyen uno de los servicios más útiles.

En términos de ocupación, la expansión de las industrias turísticas complementarias supone la creación de 34.000 nuevos puestos de trabajo.

6.5 Urbanizaciones turísticas

Las modernas corrientes turísticas otorgan la primacía entre las motivaciones capaces de mover a las masas fuera de su residencia habitual, a la búsqueda de un más estrecho contacto con la naturaleza y, fundamentalmente, un más amplio desarrollo de la vida al aire libre.

Esta tendencia se aprecia principalmente al contemplar el turístico de las zonas costeras en los países mediterráneos que, entre otras cosas, permiten un aprovechamiento máximo en la práctica de los deportes, de los que la natación constituye actualmente uno de los más atractivos.

En muchos casos podemos decir que es meramente un hambre de sol y de espacios abiertos lo que lleva al auge irresistible del turismo de nuestros tiempos.

Es preciso tener en cuenta esta circunstancia para comprender la necesidad de crear suelos urbanizados, con sentido turístico, para el desarrollo del volumen de alojamientos que hace necesario el aumento de la demanda. Ni siquiera los alojamientos hoteleros escapan totalmente a esta necesidad, por cuanto si bien es importante su existencia dentro del casco de la ciudad y, por consiguiente, los costes de urbanización del terreno que ocupan quedan englobados dentro del costo total que origina el crecimiento urbano, sin embargo, el turista que busca la playa desea encontrar un hotel u otro tipo de alojamiento en sus proximidades. Ello hace preciso un mínimo de urbanización a

efectos de poder dotar a dichos alojamientos de los servicios que las costumbres modernas han hecho imprescindibles.

Por muy grande que sea el deseo del turista de comulgar con la naturaleza, no cabe ninguna duda de que juzga ya imprescindible el disponer de servicios tales como la electricidad, agua potable, evacuación de residuos, etc.

Los alojamientos privados, en especial chalets, apartamentos, etc., se desarrollan en un tipo peculiar de urbanización, que busca una densidad de ocupación muy inferior a los de la construcción urbana y, sobre todo, una valoración de los motivos artísticos y paisajísticos, lo que requiere, por sí, un tratamiento particular.

Un programa de desarrollo de alojamientos hoteleros y extrahoteleros que no tuviera en cuenta la necesidad de urbanización turística, quedaría, sin duda, incompleto, puesto que las necesidades del turismo en este campo no quedarían cubiertas con los planes de urbanización derivados de los de construcción de viviendas o instalaciones industriales.

De acuerdo con el análisis realizado, se está ya en condiciones de realizar un primer tanteo en orden a las necesidades de urbanización turística para el año 1967. Evaluamos en 300.000 habitantes, en el momento punta, la población asentada en urbanizaciones turísticas no incluidas dentro del suelo urbano de las poblaciones o en ensanches de carácter general, y podemos suponer urbanizadas, con anterioridad al comienzo del Plan la superficie correspondiente a unas 80.000 personas⁵.

⁵ No se entra a juzgar sobre la calidad de gran parte de estas urbanizaciones.

Mientras desde el punto de vista urbanístico es corriente adoptar una densidad de población de 250 habitantes por hectárea, el imperativo turístico obliga a reducir fuertemente esta cifra si se quieren realizar urbanizaciones de una cierta calidad, en cuanto a densidad de ocupación, y conviene aclarar, en este caso, que al hablar de la calidad de las urbanizaciones, ésta no puede tomarse como sinónimo de lujo, por cuanto las urbanizaciones destinadas a un turismo social o popular deben mantener, igualmente, una cifra de densidad baja. Será fundamentalmente en las zonas de turismo de lujo donde será más preciso un riguroso planeamiento de su desarrollo, a efectos de evitar la aparición de fenómenos congestivos en cuanto al aprovechamiento turístico del terreno.

Por consiguiente, la superficie de suelo urbanizado estrictamente precisa para la construcción turística en el período 1964-1967, es de 2.200 hectáreas, o lo que es lo mismo 22 millones de metros cuadrados. Sobre esta cifra, que cubre las necesidades estrictas, es preciso pensar en que la dispersión geográfica de las zonas turísticas imposibilita una adecuación perfecta entre urbanización y ocupación. Por otra parte, la primera ha de proceder a la propia construcción turística y, por lo tanto, se ha de establecer una reserva suficiente de suelo turístico urbanizado, tanto para reducir los fenómenos de especulación como para promover la utilización de nuevas zonas. Todas estas consideraciones llevan a fijar un programa de urbanización en el período 1964-1967 de 3.250 hectáreas, o sea de 32,5 millones de metros cuadrados.

Los problemas de servicios urbanos que estos núcleos presentan en cuanto a su dotación de agua, existencia de alcantarillado, evacuación de residuos, etc., no pueden tratarse separadamente del problema general de las obras en los servicios de carácter local y, por lo tanto, deberán tenerse en cuenta por la Comisión que estudie los mismos.

En todo caso se confirma la absoluta necesidad —para el desarrollo y aún el mantenimiento de las corrientes turísticas— de que los núcleos a los que los mismos afluyen mejoren todo su equipo urbano, por cuanto es preciso considerar que, dado nuestro nivel general de renta, el retraso en la dotación de estos servicios, quizá tolerable para nosotros, se hace más patente a los ojos de los extranjeros que nos visitan, y ello puede suponer, y de hecho está suponiendo, un hándicap importante en la promoción de las corrientes turísticas.

Interesa, fundamentalmente, hacer alusión en este aspecto a la necesidad de una protección de las playas frente al vertido de aguas residuales, industriales o domésticas, por lo que el problema de depuración de las mismas debe ser planteado con todo rigor.

6.6 Infraestructura turística

Uno de los puntos de más difícil consideración lo constituye la caracterización como turísticas de diferentes inversiones posibles en infraestructura, en especial en cuanto afecta a las comunicaciones. Será generalmente una mera cuestión de criterio lo que permita considerar o no turística una determinada inversión, según se juzgue predominante o no su utilización por la actividad turística.

Caso típico lo constituye la red de carreteras que sirve, sobre todo, al complejo general de la actividad económica, aunque es básica para el desarrollo del tráfico turístico. Desde el punto de vista teórico se comprende la clara posibilidad de establecer un índice que relacionando el tráfico que proporcionan los viajes de placer con el tráfico total, permite juzgar de la mayor o menor importancia turística de un determinado tramo de carretera. Los estudios en marcha sobre

«origen y destino» en la circulación por carretera hacen posible desarrollar en tal sentido un programa de investigación.

La mayor o menor importancia turística de una carretera, un puerto o un aeródromo, habrá de ser tenida en cuenta en todo caso al programar su realización, por el sector directamente responsable. Sus implicaciones turísticas deberán ser tenidas muy en cuenta, aun cuando no sean decisorias de modo absoluto.

Pero hay otras inversiones infraestructurales que no tienen prácticamente otra finalidad que la turística y que si no son promovidas con tal base no tienen posibilidad de ser realizadas; por otra parte, son condicionantes para la consecución de un desarrollo turístico local. No se consideran aquí, por lo tanto, las inversiones de carácter general utilizadas por otros sectores, sino sólo aquellas que son exclusivamente demandadas por y para el turismo.

El estado de las comunicaciones y en especial de las carreteras, la existencia de aeropuertos, la calidad y extensión de la red telefónica, son importantes desde el punto de vista turístico, pero al referirse a infraestructura turística, se considera implícitamente que la misma hace referencia a problemas de carácter local e interesando a pequeñas zonas.

Todo cuanto es inversión en capital social supone una vigorización de la infraestructura existente.' En muchos casos si la inversión no se realiza, se imposibilita total o parcialmente el desarrollo de una actividad productiva. El problema es típico en muchos casos y en el turismo resulta crucial en múltiples ocasiones.

No puede pretenderse, por ejemplo, abrir a la explotación turística una zona montañosa y convertirla en estación invernal si no se la provee de

facilidades de acceso, que han de ser, en todo caso, previas a las de residencia. Otras veces las facilidades precisas son las de abastecimiento de aguas o electrificación, absolutamente necesarios para poner en rentabilidad turística otras zonas.

Es mayor cada día la importancia que ofrece, por ejemplo, el turismo deportivo. Las inversiones precisas en infraestructura van desde los ferrocarriles de montaña a los teleféricos, telesillas y telesquí para los deportes de nieve; puertos deportivos y embarcaderos para los deportes náuticos o el mero turismo marítimo; caminos de montaña, acotados de caza y pesca, fuentes de agua potable, etc.

Dentro de las inversiones en infraestructura turística deben considerarse también las precisas para dotar nuestras carreteras de una señalización turística adecuada, por cuanto si la construcción de un camino puede abrir a su explotación determinados atractivos turísticos, la señalización de su existencia y accesos es condición casi indispensable para ampliar su conocimiento y crear o desarrollar nuevas corrientes o rutas turísticas.

Las necesidades de inversión en este aspecto sólo pueden ser analizadas localmente, en especial mediante el estudio de las zonas turísticas donde convenga realizar una acción de «impulsión» o de «acompañamiento». Basta, sin embargo, comparar, por ejemplo, el número de nuestros teleféricos con los existentes en Italia, para comprender la débil apoyatura que nuestra actual infraestructura turística ofrece en lo que respecta al turismo de montaña.

En el actual estado del conocimiento de nuestras zonas turísticas no cabe realizar un inventario completo de las inversiones necesarias en este campo. Al estudiar los problemas de localización turística podrá profundizarse en esta cuestión, pero el presente programa quedaría incompleto, si no se cifrara esta necesidad infraestructural.

El Plan tiene en cuenta estas circunstancias e incluye también por ello entre sus objetivos la realización de estas infraestructuras.

Se dotará de los precisos servicios a las zonas turísticas de mayor interés, abriendo nuevas posibilidades también al turismo de montaña —hoy día en claro retraso relativo—, pero de importante repercusión para el turismo interior y extranjero. Se impulsará la construcción de puertos deportivos, estaciones invernales y lacustres y se mejorará la calidad de los servicios urbanos en los principales núcleos turísticos.

6.7 Propaganda turística

La captación de las corrientes turísticas nacionales o extranjeras requiere participar en un mercado de clientelas en fuerte competencia con los demás países. Se plantea, por lo tanto, como objetivo instrumental del Plan la realización de una acción propagandística, no sólo para consolidar nuestra participación en el mercado turístico, sino para aumentar la misma hasta las cifras programadas.

La programación del gasto en propaganda turística tropieza con las mismas dificultades que ofrece, en cualquier actividad comercial, la fijación del nivel de gastos en promoción de ventas. Dichos gastos suponen, sin duda alguna, un mayor coste de comercialización y, por tanto, generalmente un encarecimiento de la oferta, pero sus principales efectos se acusan del lado de la demanda, por una ampliación de la misma y una mayor elasticidad con respecto al precio.

La propaganda supone, fundamentalmente, la formación de una clientela, y por ello todas las empresas que ofrecen análogos o idénticos productos se ven afectados por la propaganda realizada por cualquiera de las mismas.

En el mercado internacional existe una competencia acusada entre los distintos países, en orden a atraer los movimientos turísticos, fundamentalmente por motivos económicos, de los que, sin duda alguna, es su reflejo sobre la balanza de pagos el más importante.

Planteada una acción propagandística por parte de todos los países para desviar, aumentar o consolidar las corrientes turísticas existentes, surge, al igual que para una empresa cualquiera, la necesidad de utilizar también las técnicas propagandísticas, para no ser barrida prácticamente del mercado o para mantener su posición en el mismo.

Los gastos en propaganda pueden plantearse, en principio, tres metas distintas:

- a) Mantener inalterable la cifra de negocios, conservando el mismo volumen de clientela.
- b) Sostener su importancia relativa en el mercado frente a los competidores, o sea conservar su porcentaje de captación de la demanda total.
- c) Incrementar su participación relativa en el mercado.

Según sea la finalidad perseguida, el volumen de gastos en promoción de venta será mayor o menor y aún será distinta la orientación de la política a adoptar por la empresa.

En un mercado en expansión puede admitirse la posibilidad de mantenimiento de la clientela con muy pequeños gastos de propaganda, siempre que los competidores no pongan en práctica una política de ventas agresiva. Sostener la importancia relativa alcanzada

supone alinearse prácticamente con los competidores en cuanto a la importancia de los gastos de promoción. Incrementar la participación relativa precisa un gasto mayor en propaganda que, en última instancia, dependerá de la conducta de los competidores y de la calidad relativa del propio producto.

No cabe duda de que el mercado turístico es un mercado en rápida expansión. La tabla adjunta indica el crecimiento experimentado en el período 1958-61, que resulta aproximadamente del 32,5 por 100, es decir, prácticamente casi un 10 por 100 acumulativo anual. La comparación de esta tasa con el crecimiento medio de la renta pone de manifiesto una elevada elasticidad del turismo, que ha pasado ya a ser un claro fenómeno de masas.

España no puede marcarse otra meta que la de incrementar su participación relativa en el mercado. Su propaganda no puede, por tanto, ser inferior a la realizada por otros países, pues, aun contando con ventajas comparativas en lo que respecta a los atractivos turísticos, correría el peligro de no sostener su participación relativa.

No existe, naturalmente, una relación unívoca entre los gastos en propaganda y el desarrollo de los ingresos turísticos, pero puede aceptarse análogamente a un planteamiento normal de una campaña de promoción de ventas, que sus gastos sean proporcionales a los ingresos brutos obtenidos, es decir, a la cifra de negocios.

DESARROLLO TURÍSTICO 1958-1961

(Número de turistas extranjeros en casa país)

	1958	1961	Aumento en porcentaje
Alemania (R.F.) (H)	4.785.090	5.231.263	9,5
Austria (H)	3.494.842	4.973.479	42,5
Bélgica (H)	2.185.178	2.140.519	-2,2
España (1) (F)	3.593.867	7.455.262	107,0
Francia (F)	4.070.000	5.800.000	42,5
Grecia(F)	254.250	440.243	73,5
Irlanda(F)	1.333.000	1.460.000	9,5
Islandia(F)	10.111	13.516	33,5
Italia(F)	15.287.037	18.935.242	24,0
Noruega(F)	1.291.000	3.383.000	162,0
Países Bajos (H)	1.301.381	1.526.746	17,5
Portugal(F)	263.890	375.450	42,0
Reino Unido (F)	1.258.300	1.823.800	45,5
Suiza (H)	4.119.679	5.368.037	30,,5
Turquía (F)	114.744	129.104	12,5
Yugoslavia (H)	598.845	1.079.516	80,5

(H) Cómputo en establecimientos hoteleros

(F) Cómputo en fronteras

(1) Incluso españoles residentes en el extranjero

La tabla adjunta indica el porcentaje de los gastos de propaganda respecto a los ingresos turísticos para diferentes países europeos. Las cifras oscilan entre el 0,27 por 100 y el 0,75 por 100, con un valor medio ligeramente superior al 0,5 por 100. En dicho año (1957) los gastos españoles en propaganda turística estaban conformes con dicha media, si se toma como cifra de ingresos la dada por la balanza de pagos. Como es sabido, muchos ingresos turísticos no utilizaban el cauce oficial y, por lo tanto, la situación no era tan favorable como pudiera parecer.

PROPAGANDA TURÍSTICA

(Año 1957)

	Porcentaje respecto a los ingresos turísticos	Incremento turístico en 1958	
		En número turistas	En ingresos turísticos
Alemania	0,29	3,8	2,0
Austria	0,52	11,2	14,4
Bélgica	0,67	71,7	42,7
Dinamarca	0,40		21,3
España	0,52	12,8	
Francia	0,46	-5,6	10,4
Italia	0,38	4,5	29,0
Noruega	0,71	26,6	20,6
Países Bajos	0,42	11,6	16,4
Reino Unido	0,65	6,6	6,5
Suecia	0,27		9,0
Suiza	0,75	-0,6	4,0

Dentro de los efectos causados por motivos particulares — distorsionando la repartición del tráfico turístico—, parece existir un cierto grado de correlación entre los gastos en propaganda y el incremento turístico medido tanto en número de viajeros entrados como en cifras de ingresos aportados por dichos movimientos. Bélgica y Francia suponen unos puntos singulares, la primera por el efecto de su Exposición Universal y la segunda por los efectos derivados de su especial situación política y económica en 1958.

Desde el punto de vista del nivel general de gastos en propaganda puede afirmarse que cuanto suponga una cifra inferior al 1/2 por ciento de los ingresos turísticos, supondrá un hándicap para el desarrollo del sector, pues si bien podemos ofrecer atractivos turísticos superiores en ciertos aspectos a los de otros países, también es preciso convenir que

se tropieza en nuestro desarrollo turístico con inconvenientes absolutamente peculiares. Entre los puntos favorables está, sobre todo, nuestro clima, nuestras playas y nuestros precios; el principal de los desfavorables lo constituye el estado de nuestras infraestructuras, en especial las comunicaciones y servicios urbanos.

Fijada, pues, en el 1/2 por ciento de los ingresos turísticos la cifra mínima a invertir en propaganda, queda resuelto el primer aspecto del problema.

Queda por resolver, sin embargo, el segundo aspecto, la distribución de dichos gastos de propaganda entre los distintos países, o sea entre los distintos mercados potenciales, que pueden ofrecer una repercusión real en el turismo español.

Todo estudio de mercados es fundamentalmente una investigación del poder de compra de distintas áreas geográficas o estratos sociales y de la posibilidad de captación de clientes en función de dicho poder de compra. Podría abordarse el problema a partir de los distintos niveles de renta, su futura evolución, y la elasticidad del gasto en turismo exterior. Ello permitiría programar no sólo los actuales gastos de propaganda en cada país, sino los futuros. Sin embargo, no existen suficientes datos estadísticos ni estudios de motivaciones para abordar con todo rigor y complejidad dicho método.

Un método suficientemente aproximado partiría de los gastos turísticos actuales de cada país, como expresión de su poder de compra. Dificultades estadísticas obligan a considerar únicamente en el cómputo los gastos en turismo exterior para los países europeos y los de turismo en Europa y cuenca del Mediterráneo para los Estados Unidos y Canadá. Quizá no debería jugar, para el caso español, el poder de compra total así definido, sino que esto debería corregirse teniendo en

cuenta factores geográficos y locales, que sólo son parcialmente mensurables.

La tabla adjunta expresa los gastos turísticos según las respectivas balanzas de pago de cada país en 1957 y 1961, así como el índice de crecimiento en dicho cuatrienio. Queda así claramente de manifiesto la importancia del gasto turístico en Alemania, Estados Unidos e Inglaterra y su fuerte desarrollo en el primero de estos países.

La distribución de los fondos de propaganda debería, pues, estar en correlación con el poder de compra así definido. Incluye tanto los gastos de las oficinas de turismo como los de campañas y propaganda normal. Esta última se limitaría, fundamentalmente, a la distribución de folletos e información de todo tipo, y en cambio las campañas de propaganda utilizarían toda la técnica usual de promoción de ventas, en la etapa de lanzamiento o desarrollo de un producto, además de la propaganda normal.

TABLA 6.9

GASTOS TURÍSTICOS EN 1961 Y 1967

(En millones de dólares)

	1961	1957	Índice
Alemania Occidental	897	329	272
Austria	60	26	231
Bélgica y Luxemburgo	136	65	209
Canadá	633		
Dinamarca	89	55	162
España	54		
Estados Unidos	1.743 (1)	1.874 (4)	130
Francia	399	272	147
Grecia	19 (2)	15(3)	127
Irlanda	46	39	118
Islandia	3	2	150
Italia	108	58	186
Noruega	57	45	127
Países Bajos	155	84	185
Portugal	12 (2)	10	120
Reino Unido	636	409	155
Suecia	115	85	135
Suiza	132	96	138
Turquía	4		

(1) De ellos, 630 en Europa y el Mediterráneo.

(2) 1960.

(3) 1958.

(4) De ellos, 483 en Europa y el Mediterráneo

Es preciso considerar que una comparación entre el turismo italiano y español para los países en que se programan campañas proporcionan los siguientes resultados reflejados en la tabla siguiente:

TABLA 6.10

TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA E ITALIA EN 1961

País de origen	A Italia (1)	A España (2)	(1) : (2)
Alemania	4.781.087	489.549	9,94
Bélgica	599.475	154.985	3,86
Canadá	128.976	28.281	4,57
Estados Unidos	940.401	459.771	2,05
Francia	2.613.719	3.332.032	0,79
Países Bajos	963.267	107.382	9,00
Reino Unido	1.608.337	740.052	2,17
Suecia	299.304	85.670	3,49
Suiza	3.401.984	138.176	24,65
Totales	18.935.242	7.455.262	2,54

Sólo superamos a Italia en el número de turistas franceses —que suponen el 45 por 100 de nuestro turismo— y es, por lo tanto, de vital importancia mantener nuestra posición en dicho mercado. Respecto a los restantes países, puede decirse que se aprecia con claridad la posibilidad de mejorar relativamente en los mercados alemán, holandés, canadiense, belga y sueco, por este orden.

Los avances pueden ser menos espectaculares con relación a Suiza, Reino Unido y Estados Unidos, pero salvo respecto al primero estamos en ventaja comparativa de tipo geográfico y, por tanto, en condiciones de mejorar nuestra posición.

Un estudio más detenido de la programación de los gastos de propaganda deberá ser abordado con posterioridad.

En rigor, debería computarse también los gastos en propaganda para el desarrollo del turismo interior. Sin embargo, se estima que los mismos pueden cubrirse con cargo a ingresos corrientes o ser financiados por corporaciones locales y grupos privados, en una parte al menos.

No se contabilizan dichos gastos entre las inversiones del plan, por cuanto su tratamiento y características son muy distintos a los de la propaganda en el extranjero. Esta última debe ser realizada de un modo unitario en cuanto a su dirección y, generalmente, deberá correr a cargo íntegramente de una financiación pública.

Punto importante para la realización de una propaganda adecuada lo constituye la red de oficinas de turismo, tanto con el extranjero como dentro de España. Dichas oficinas canalizan fundamentalmente la distribución del material de propaganda y realizan las funciones inherentes a la información oral y las relaciones públicas de carácter permanente. Su propia presencia constituye de por sí un importante elemento propagandístico del turismo español y es un punto de apoyo de primer orden para toda política de captación turística.

La red de oficinas en el extranjero ha de completarse con nuevas instalaciones en países cuyo turismo hacia España ha adquirido ya, o puede alcanzar a corto plazo, un volumen de cierta importancia tanto en cuanto al número de visitantes o al ingreso de divisas proporcionado por los mismos, sin olvidar por ello la necesidad de una presencia activa en mercados potencialmente importantes, desde el punto de vista económico o político, en los que los países competidores nuestros realizan ya una política de captación. Al mismo tiempo es preciso mejorar las oficinas ya existentes en cuanto a instalación y capacidad operativa de acuerdo con la evolución exigida por el transcurso del tiempo.

Las oficinas interiores, por su parte, han de desempeñar una doble función. La primera —y por el momento la más importante— es la de facilitar información sobre la zona en que se hallan enclavadas a los turistas, nacionales o extranjeros, que las visitan. La segunda —de interés sobre todo para el turismo interior— es la de promover los movimientos turísticos de los propios habitantes de la zona, despertando su interés por conocer nuevos lugares y regiones dentro de la geografía hispana.

La primera función podría ser desempeñada, en principio, por oficinas de carácter municipal o asociativo, pero la segunda requiere un planteamiento y una estructuración de carácter nacional, y por ello han de ser oficinas directamente dependientes de la Subsecretaría de Turismo. La red ya existente ha de ser completada y remozada de acuerdo con la importancia de la zona en que radican, en cuanto a emisora y receptora de corrientes turísticas.

6.8 Formación profesional

La rapidez de desarrollo del fenómeno turístico ha dado lugar en todas las industrias del sector a una escasez de personal cualificado, que empieza a incidir claramente en la calidad de los servicios ofrecidos en la rentabilidad privada de las empresas.

Objetivo importante es, pues, el mejorar la formación profesional de los trabajadores actuales y capacitar adecuadamente a la mano de obra que ha de ingresar en el sector en los próximos años. En este sentido se requiere la formación de cuadros preparados capaces de acelerar el proceso de formación general.

El problema es porcentualmente más grave en España que en los países turísticos tradicionales, por la gran rapidez con que se ha desarrollado el fenómeno en los últimos años y por la incidencia que en este sector —lo

mismo que en otros muchos de nuestra economía— ejercen los mayores niveles de salarios ofrecidos a los profesionales de la hostelería o servicios afines en otros países de mayor desarrollo económico.

Por otra parte, la extremada dispersión de la industria turística en cuanto al número de unidades empresariales, dificulta en grado extremo una formación profesional en el seno de las empresas, tanto por el reducido número de los empleados en cada una de ellas como por la extrema movilidad que presenta el sector en lo referente a la mano de obra empleada.

La formación profesional de quienes se ocupan en actividades turísticas ha de ser abordada, por consiguiente, a escala nacional y con la amplitud y urgencia que requiere el crecimiento turístico general. Un adecuado nivel de formación constituye condición indispensable para mejorar la calidad global de nuestra oferta turística, extremo este tanto más importante cuanto más se agudiza la competencia entre los principales países receptores, en orden a la captación de mayores masas de turistas y a mejorar la composición media de las mismas en términos de capacidad de gasto.

Todas estas razones hacen aconsejable la inclusión en el Plan de una acción programada en orden a ampliar y mejorar la formación profesional de las personas directamente vinculadas al sector y en especial de los que prestan servicios personales de carácter específicamente turístico.

6.9 Planeamiento de zonas turísticas

La necesidad de ordenar las actuales zonas turísticas y de impulsar racionalmente la apertura de nuevas zonas requiere una acción de planeamiento que facilite la actuación de la iniciativa privada. Planes

de tipo territorial serán establecidos a lo largo del período que abarca el Plan de Desarrollo.

Para ello se requiere disponer de estudios generales y particulares, tanto sobre morfología, situación y problemas de las zonas que ya han adquirido un cierto desarrollo, como de aquellas otras que por sus condiciones naturales pueden ser motivo de importante explotación turística. El previo planeamiento constituye la condición básica para el logro de un óptimo de explotación y para evitar la pérdida de calidad de las urbanizaciones turísticas, por motivos internos a las mismas o por no disponer externamente de las infraestructuras adecuadas.

La importancia del tema es tal que hace precisa su inclusión separada dentro de la planificación general del sector turismo.

Capítulo VII. Infraestructura General

7.0 Consideraciones generales

Establecido en cuanto a objetivos el programa de realización turística en sentido estricto, quedan por definir los límites acotados por el mismo y, fundamentalmente, la importancia que tiene con relación al desarrollo y sostenimiento de las corrientes turísticas, una serie de inversiones y actividades complementarias, pero de amplias repercusiones. Entre ellas podemos distinguir, en primer lugar, cuantas se refieren a la situación actual de las infraestructuras generales y, principalmente, en lo que respecta a los transportes y comunicaciones, que son consustanciales de modo absoluto con el fenómeno turístico, aun cuando sirvan fundamentalmente al conjunto de la actividad económica.

Si en cuanto se refiere a la vertiente dinámica de las corrientes turísticas, los sistemas de transportes ocupan una posición central, lo mismo ocurre —en la vertiente estática—, en lo que respecta a las comunicaciones habladas o escritas y a los servicios urbanos de que deben estar dotados los núcleos receptores de turismo.

Finalmente, cabe incluir también el mantenimiento o «puesta en valor» de diferentes atractivos turísticos de carácter cultural, entre los que deben comprenderse, principalmente, los monumentos artísticos de toda clase y los museos.

7.1 Transportes

Al redactar el presente programa de desarrollo turístico, se ha entendido que el problema general de las comunicaciones y transportes caía fuera de la propia competencia de la Comisión de Turismo, para incluirse dentro del campo de acción de la Comisión de Transportes. Sin perjuicio de ello la Comisión ha elaborado diferentes estudios sobre la determinación de la red de carreteras de importancia turística, distinguiéndose, por una parte, aquellas que ya hoy soportan una elevada densidad de tráfico turístico y, por otra, las que se estiman precisas para desarrollar turísticamente zonas determinadas, cuyos principales obstáculos, en el momento actual, vienen dados por la carencia o mal estado de la red de comunicaciones que puede utilizarse. Generalmente, las principales carreteras turísticas actuales vienen a coincidir sensiblemente con las que soportan una mayor intensidad de tráfico general, sin perjuicio de que el porcentaje del tráfico turístico, propiamente dicho, sea ampliamente diferente de unas a otras zonas.

Diferente planteamiento deberá darse, sin embargo, a aquellas carreteras en las que el tráfico turístico —aun siendo de gran importancia— no es suficiente para que su intensidad media genérica incluya las mismas entre las de mayor prioridad. Es preciso tener en cuenta que la gran estacionalidad que ofrece el tráfico turístico origina en este tipo de carreteras un grado de dispersión mayor con relación a la intensidad media diaria a lo largo del año y que, por tanto, el índice proporcionado por ésta no es suficiente para catalogar debidamente la importancia económica que presentan las mejores de dichas vías de comunicación.

En todo caso, las necesidades de mejora de la red de carreteras, desde el punto de vista turístico, no se limitan a las líneas existentes, sino que

hacen precisa la construcción de nuevas líneas, bien con objeto de formar rutas completas que permitan una explotación turística racional —como es el caso, por ejemplo, de la carretera pirenaica— o, en otro caso, la mejora de los caminos existentes, o la construcción de otras nuevas, que tienen por objeto la apertura de zonas hoy inexploradas turísticamente, pero que presentan gran posibilidad de desarrollo por la concentración de atractivos naturales, artísticos o humanos. En este grupo quedarían incluidas, por ejemplo, las carreteras de acceso a los Picos de Europa, Sierra de Gredos, Pantanos de Entrepeñas y Buendía, Sierra Nevada, etc.

Es preciso, por tanto, considerar que si en la planificación de la red de carreteras a incluir dentro del Plan General de Desarrollo no se establece otro criterio de prioridad que el de la intensidad media de tráfico, será preciso incluir dentro del programa propiamente turístico la realización de algunas de estas carreteras que, en caso contrario, no resultarían programadas para el próximo cuatrienio. En el anejo 2 se incluye un estudio más detallado sobre carreteras turísticas.

Con referencia a los aeropuertos, es preciso tomar en consideración la importancia, cada vez mayor, que el transporte aéreo tiene dentro del fenómeno turístico. En especial en las zonas de mayor afluencia y que han tenido últimamente un desarrollo más rápido, como son nuestras provincias insulares. Costa Brava y Costa del Sol. Desde el punto de vista turístico parece incontrovertible que en aquellos lugares de mayor concentración residencial, situados a una distancia superior a una hora de viaje del aeropuerto más próximo, éste carece prácticamente de importancia para el mejor desarrollo de la zona turística en cuestión o, en todo caso, su importancia es reducida y dicha circunstancia supone un hándicap desfavorable de bastante importancia. Tal es la situación que ofrece, por ejemplo, la Costa Brava, la cual se encuentra servida insuficientemente por el aeropuerto de Barcelona, como lo demuestra,

sin lugar a duda, la importancia adquirida por el aeropuerto de Perpignan, como receptor de corrientes de tráfico con destino a la Costa Brava.

Desde el punto de vista turístico, los aeropuertos a considerar son en especial aquéllos aptos para el tráfico internacional de aviones de línea, lo que implica la necesidad de un mínimo de instalaciones suficientemente importantes y la adecuación permanente de las mismas a las necesidades que, en el tráfico aéreo, introducen los avances tecnológicos constantes que experimenta la aviación comercial. El paso de los aviones de pistón a los *jets* ha supuesto, prácticamente, la obsolescencia de algunos de los aeropuertos españoles, entre los que Menorca puede señalarse, por ejemplo, como uno de los casos más típicos.

Al igual que se ha hecho en relación con lo referente a carreteras, se estima que la planificación de los transportes españoles tendrá también en cuenta las necesidades turísticas y que, por tanto, se incluirán en el programa elaborado por la Comisión de Transportes aquellos aeropuertos que ya, hoy día, son absolutamente precisos para el desarrollo turístico de su zona de influencia, entre los que merecen citarse, en primera instancia, los aeropuertos de la Costa Brava y Alicante.

Esta Comisión de Turismo ha realizado, sin embargo, algunos trabajos sobre planificación de aeropuertos turísticos, llegando a establecer las bases que pueden servir para la realización de un adecuado programa, tal como puede verse en el Anejo 3.

Dado que los ferrocarriles tienen una reducida importancia en el tráfico turístico —aun cuando la continuación del proceso de integración

europea pueda cambiar a plazo medio dicha perspectiva—, no parece que sea necesario establecer mayores precisiones en lo referente a la planificación de ferrocarriles, a efectos de tener en cuenta la implicación turística de los mismos, por cuanto, en todo caso, ésta sería, generalmente, de carácter global. No ocurre lo mismo en lo que respecta a navegación y puertos, distinguiendo en cuanto a la primera la situación actual de nuestras líneas de transporte marítimo —en especial de las líneas de soberanía—, que están suponiendo para las provincias insulares españolas un factor progresivo de estrangulamiento de su desarrollo turístico.

La mejora de las líneas de navegación —de importancia turística— será acordada también en la Comisión de Transportes del Plan, por lo que se estima que no resulta preciso realizar una previsión de inversión a este respecto, dentro del Plan específico de turismo.

En lo que respecta a pequeños puertos de carácter deportivo, se ha realizado ya una previsión parcial encuadrada en el capítulo de infraestructuras turísticas, sin perjuicio del planteamiento general del problema, que queda esbozado en el Anejo 4.

7.2 Comunicaciones y servicios urbanos

En el programa de turismo se han previsto inversiones en urbanización turística, pero las mismas sólo abarcan las precisas, con carácter específico en zonas turísticas de interés nacional o en urbanizaciones particulares de carácter netamente turístico.

Quedan sin computar —y por tanto deberán ser consideradas por la Comisión correspondiente del Plan de Desarrollo— las inversiones generales de mejora de las infraestructuras urbanas y de comunicaciones de todo tipo —distintas de los transportes—, para

aquellas zonas en que el fenómeno turístico tiene una mayor relevancia. Es preciso considerar que, para muchos lugares de nuestra geografía, el fenómeno turístico supone la multiplicación temporal de sus cifras normales de población y que, por tanto, en la planificación de los servicios urbanos es preciso tener en cuenta este factor estacional de población, máxime si consideramos la posibilidad de que el turismo existente sea de alta calidad y, por tanto, acostumbrado a un nivel de servicios muy superior al adecuado en sí al tamaño de la población.

Si la planificación de estos servicios por las respectivas Comisiones no tuviera en cuenta las consideraciones debidas a estos factores, el programa de inversiones turísticas debería ser adicionado, entonces, en la parte correspondiente, a las inversiones no previstas. Más adelante se establecen, sin embargo, las bases para un tratamiento particular de las urbanizaciones en localidades turísticas, desde un punto de vista crediticio.

7.3 Restauración y conservación del patrimonio artístico

Dentro de los atractivos turísticos que ofrece España, ocupa una posición importante la riqueza de su patrimonio artístico, tanto en lo que respecta a monumentos como en lo referente a museos y colecciones de arte.

La Comisión entiende que el problema general de la restauración y conservación de dicho patrimonio excede del puro campo del turismo, pero que, sin embargo, presenta implicaciones sumamente importantes que llevan a considerar el problema dentro del programa turístico, aun cuando las inversiones precisas sean financiadas dentro del programa general de educación.

No cabe duda de que los monumentos artísticos de todo tipo y los museos situados en las zonas de mayor afluencia turística deben recibir un trato preferencial, tanto por cuestiones de prestigio como porque su mejora supone una revalorización innegable de los atractivos turísticos de la zona en que se hallan enclavados.

Como base informativa sobre las necesidades de restauración y conservación se incluye, como Anejo 5, el inventario de las mismas realizado por la Dirección General de Bellas Artes. Desde el punto de vista turístico, debe otorgarse prelación a las derivadas de aquellos monumentos y museos situados en lugares y zonas de mayor afluencia de visitantes y, entre ellas, en los de claro predominio del turismo extranjero.

Capítulo VIII. Programa de inversiones

8.0 Generalidades

La consecución de los objetivos expuestos requiere la realización de las inversiones precisas para el aumento de equipo capital programado. En el sector turismo, la iniciativa privada desarrollará una actividad preponderante, de acuerdo con los condicionantes de una economía de mercado, y, por consiguiente, la acción pública ha de actuar sobre el mismo, de forma que se logre el mejor ajuste posible entre la oferta y la demanda, al tiempo que se expanda al máximo el turismo extranjero.

Tratándose de un sector en fuerte y rápida expansión, las necesidades de capitalización son bastante elevadas, pero la rentabilidad socio-económica de las inversiones está asegurada en su conjunto, sin más que considerar que la relación entre la inversión y el aumento de ingresos por balanza de pagos es de dos, valor que no puede presentar ningún otro sector exportador.

Al establecer las inversiones se ha diferenciado entre inversiones públicas y privadas, separando en estas últimas las que se estima deben ser financiadas con cargo al crédito oficial, y aquellas otras que se espera sean tomadas a su cargo por el capital extranjero, para el que el sector turismo constituye uno de los más atractivos de la economía española.

8.1 Inversiones precisas

8.1.0 Alojamientos hoteleros

La construcción de nuevos alojamientos hoteleros con una capacidad total de 130.600 habitaciones, junto con la modernización de algunos de los existentes, requiere en total una inversión de 30.000 millones de pesetas en el cuatrienio, de acuerdo con los módulos de coste normales según la categoría de los alojamientos.

Dado que una gran parte del equipo hotelero español —el 50 por 100 aproximadamente— tiene una edad no superior a los diez años, las necesidades de modernización son reducidas, por lo que sólo se han computado unos 500 millones de pesetas para hacer frente a las mismas, siendo la inversión total, por consiguiente, casi absolutamente necesaria, tan sólo, para ampliar la capacidad receptiva.

TABLA 8.1

NUEVOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS

(1964-1967)

Categoría	Número de habitaciones	Costes unitarios Miles de pesetas	Inversión Millones de pesetas
Hotel lujo	5.200	600	3.120
Hotel 1ª A	15.700	400	6.280
Hotel 1ª B	29.400	250	7.2370
Hotel 2ª	33.200	200	6.640
Hotel 3ª	21.200	150	3.180
Pensión lujo	9.200	150	1.380
Pensión 1ª	6.700	120	700
Pensión 2ª, 3ª y C.H.	10.000	80	800
TOTALES	130.600	1.950	29.470
Otras inversiones en modernización			530
TOTAL GENERAL			30.000

8.1.1 Alojamientos extrahoteleros

El aumento de equipo extrahotelero presenta, por su parte, unas necesidades totales de inversión de 12.400 millones de pesetas, destinados, en su mayor parte, a la construcción de alojamientos privados, entre los que predominan apartamentos y villas, de acuerdo con las nuevas tendencias de la demanda turística:

TABLA 8.2

NUEVOS ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS

(Período 1964-1967)

Tipo de alojamiento	Número de plazas	Coste unitario Miles de pesetas	Inversión Millones de pesetas (1)
Alojamientos privados	107.000	100	10.700
Campings	88.000	3	300
Residencias	18.200	50	900
Albergues y otros			500
TOTALES			12.400

(1) Cifras redondeadas.

8.1.2 Industrias turísticas complementarias

El cómputo de inversión se ha realizado a partir de una cifra media que no incluye, como es natural, la construcción, sino sólo la instalación de aquellos establecimientos de tipo urbano.

Las cifras medias de inversión adoptadas son las siguientes:

Restaurantes	500.000
Cafés, bares y tabernas	200.000
Cafeterías	400.000
Salas de fiestas	2.250.000

Las industrias turísticas complementarias, tal como las mismas han sido definidas al tratar de los objetivos, requieren, por tanto, una inversión global de 4.000 millones de pesetas. En los mismos se computan, bajo la denominación de «otros», inversiones varias, tales como instalaciones deportivas y centros comerciales de carácter predominantemente turístico por la composición de su clientela.

TABLA 8.3

INDUSTRIAS TURÍSTICAS COMPLEMENTARIAS

(Período 1964-1967)

	Número	Costes unitarios Miles de pesetas	Inversión Millones de pesetas
Restaurantes	3.000	500	1.500
Cafés, bares y tabernas	6.700	200	1.340
Cafeterías	300	400	120
Salas de fiestas	300	2.500	675
Agencias de viajes y otros			365

Las industrias turísticas complementarias ofrecen un interés creciente, en especial cuando se alcanzan y superan cifras representativas de intensidad turística en los puntos geográficos de mayor afluencia. A partir de un cierto valor en dicho índice de intensidad, la demanda turística de tales servicios alcanza entidad suficiente, dentro de la demanda global, y en ciertos casos pasa a ser predominante dentro de la misma.

Los centros turísticos —por importante que sea el conjunto de sus atractivos naturales y artísticos— requieren una estructura de oferta más compleja que la simplemente hotelera, capaz de ofrecer distracciones con que el turista pueda llenar sus horas de ocio. Basta contemplar el rápido auge que restaurantes, bares y salas de fiestas han adquirido en los principales centros de veraneo de la Costa Brava para comprobar la

superación del antiguo binomio turismo-hostelería, también en este campo, y cómo se desarrolla todo un conjunto de industrias complementarias creadas por y para el turismo.

8.1.3 Otras inversiones

Siguen en importancia las inversiones en urbanización para la obtención de suelo turístico, de acuerdo con el objetivo marcado de lograr un total de 3.250 hectáreas de dicho suelo durante el transcurso del Plan de Desarrollo. Se trata de una inversión real y no parcialmente financiera, por cuanto no incluye el coste de adquisición de suelo, sino las obras necesarias para transformarle en suelo urbanizado.

Las necesidades financieras de adquisición de suelo dependerán, en última instancia, de la participación de sus actuales propietarios en el proceso total de maduración de las inversiones turísticas. Si la participación fuera total, es decir, si los promotores turísticos no tuvieran necesidad de adquirir suelo por compra y los propietarios actuales lo aportaran como cuota de participación, no existirían necesidades financieras para urbanización.

Es de esperar que esta circunstancia se dé en bastantes casos, pero, no obstante, las puras necesidades financieras en adquisición de suelo urbanizado, y no urbanizado, se hallarán comprendidas entre 10.000 y 15.000 millones de pesetas, durante el período del Plan, aun prescindiendo de las compraventas puramente especulativas. Estas necesidades financieras puras incrementarían, en sentido amplio, las cantidades previstas para financiación privada, recargándolas en una tercera parte más, aproximadamente. Las dificultades para hacer frente a tal volumen financiero, acrecentadas por la especulación sobre los terrenos, pueden suponer un freno importante al desarrollo turístico, por

lo que la acción contra la especulación se inscribe como uno de los objetivos complementarios del Plan.

Las inversiones en infraestructura alcanzan la cifra de 450 millones de pesetas, para una acción limitada, naturalmente, a aquéllas más íntimamente ligadas al fenómeno turístico y en especial a las que sólo tienen interés desde tal punto de vista.

La acción de propaganda —que incluye naturalmente la extensión de la red exterior e interior de oficinas de turismo— se considera como inversión por su importante repercusión en la ampliación de la demanda. La cifra presupuestada de 900 millones de pesetas es ligeramente inferior al por 100 de los ingresos brutos por turismo extranjero previsibles durante el cuatrienio, cifra que, si bien está lejos de constituir un óptimo, se estima como estrictamente necesaria para lograr el programado aumento de la demanda. Los gastos de propaganda de los principales países turísticos son del mismo orden porcentual y, en algunos casos, superiores.

Aparte de las inversiones previstas para propaganda, ha de contarse con los fondos financieros precisos para el mantenimiento de la red de oficinas de turismo, tanto dentro de España como en el extranjero, fundamentales para toda política de captación turística. Parece innecesaria su inclusión en el presente programa, por cuanto su financiación debe correr a cargo de los ingresos por tasas turísticas ya existentes o de posible creación futura. Únicamente se hace referencia al mismo por cuanto es fundamental para la realización de la propaganda turística incluida en el presente programa.

Como otros objetivos, los de formación profesional y de planeamiento de zonas turísticas se dotan con 100 millones y ocho millones de pesetas,

respectivamente. El primero es del mayor interés para una mejora cualitativa en los servicios ofrecidos; el segundo es básico para la apertura de nuevas zonas y para un óptimo aprovechamiento de los recursos existentes:

Urbanización 3.250 hectáreas	3.250
Infraestructura	450
Propaganda	900
Formación profesional	100
Planeamiento de zonas turísticas	8

8.1.4 Resumen de inversiones

En resumen, el total de inversiones turísticas precisas para el desarrollo del Plan alcanza la cifra de 51.108 millones de pesetas, con una inversión creciente que de 10.615,2 millones en 1964 llega a 15.334,1 en 1967.

Como puede verse, en el resumen de inversiones no se incluye ninguna partida destinada a infraestructura general, por cuanto se ha adoptado el criterio de que las obras e instalaciones de dicho carácter deben figurar dentro de la programación del sector correspondiente. En los planes de desarrollo sectorial, el motivo turístico se inserta entre los motivos de prelación, con la suficiente fuerza para que el orden de prioridad finalmente otorgado a las distintas obras haga figurar dentro del programa cuatrienal aquellas obras de infraestructura de urgente realización en las zonas turísticas desarrolladas.

La partida específica que en el presente programa se dedica a infraestructura se destina a la apertura y promoción de nuevas zonas. La distribución por años de la inversión se fija de acuerdo con los niveles de demanda esperados y sigue, por tanto, una ley de crecimiento

uniforme, criterio perfectamente aceptable en una programación a corto plazo.

TABLA 8.4

TOTAL INVERSIONES TURÍSTICAS. PERÍODO 1964-1967

(En millones de pesetas)

	1964	1965	1966	1967	Total
Hostelería	6.220	6.980	7.780	9.020	30.000
Alojamientos extrahosteleros	2.580	2.890	3.220	3.710	12.400
Industrias turísticas complementarias	830	930	1.040	1.200	4.000
Urbanización	680	760	840	970	3.250
Infraestructura	93	105	117	135	450
Propaganda	187	209	234	270	900
Formación profesional	23,2	23,2	26,5	27,1	100
Planeamiento de zonas turísticas	2	2	2	2	8
TOTALES	10.615,2	11.899,2	13.259,5	15.334,1	51.108

8.2 Modos de financiación

Aun cuando el desarrollo del sector será llevado a cabo, fundamentalmente, por la iniciativa privada, existe una parte de financiación pública que va de 315,1 millones de pesetas, en 1964, a 410 millones, en 1967, con un total de 1.428,2 millones para todo el período.

Dentro de la financiación privada se distingue entre la financiación privada interior, en sentido estricto, la aportación a la misma del crédito oficial y la aportación previsible de capital extranjero. Esta última se ha evaluado con criterio de extremada prudencia, limitándola al equivalente de unos 20 millones de dólares anuales.

Las necesidades de crédito oficial ascienden a 12.355 millones de pesetas, con 2.560 millones para 1964 y 3.685 millones para 1967. El sector privado, por sí, habrá de hacer frente a la inversión de algo más de 32.000 millones de pesetas, aparte de las necesidades financieras puras antes indicadas.

TABLA 8.5

INVERSIONES TURÍSTICAS. PERÍODO 1964-1967

(En millones de pesetas)

	Financiación pública	Financiación privada	Crédito oficial	Capital extranjero	Total
Hostelería	600	20.300	7.700	1.400	30.000
Alojamientos extrahosteleros	17	6.573	3.400	2.410	12.400
Industrias turísticas complementarias	—	3.850	—	150	4.000
Urbanización	—	1.085	975	1.190	3.250
Infraestructura	—	170	280	—	450
Propaganda	703,8	196,2	—	—	900
Formación profesional	99,4	0,6	—	—	100
Planeamiento de zonas turísticas	8	—	—	—	8
TOTALES	1.428,2	32.174,8	12.355	5.150	51.108

El desglose anual de la inversión se establece en las siguientes tablas:

TABLA 8.6

INVERSIONES TURÍSTICAS. AÑO 1964

(En millones de pesetas)

	Financiación pública	Financiación privada	Crédito oficial	Capital extranjero	Total
Hostelería	150	4.180	1.600	290	6.220
Alojamientos extrahosteleros	3	1.377	700	500	2.580
Industrias turísticas complementarias	—	800	—	30	830
Urbanización	—	230	200	250	680
Infraestructura	—	33	60	—	93
Propaganda	136,9	50,1	—	—	187
Formación profesional	23,2	—	—	—	23,2
Planeamiento de zonas turísticas	2	—	—	—	2
TOTALES	315,1	6.670,1	2.560	1.070	10.615,2

TABLA 8.7

INVERSIONES TURÍSTICAS. AÑO 1965

(En millones de pesetas)

	Financiación pública	Financiación privada	Crédito oficial	Capital extranjero	Total
Hostelería	150	4.700	1.800	330	6.890
Alojamientos extrahosteleros	4	1.526	800	560	2.890
Industrias turísticas complementarias	—	900	—	30	930
Urbanización	—	255	225	280	760
Infraestructura	—	40	65	—	105
Propaganda	150	59	—	—	209
Formación profesional	23,2	—	—	—	23,2
Planeamiento de zonas turísticas	2	—	—	—	2
TOTALES	329,2	7.480	2.890	1.200	11.899,2

TABLA 8.8

ANEXO 3-TABLA3

INVERSIONES TURÍSTICAS. AÑO 1966

(En millones de pesetas)

	Financiación pública	Financiación privada	Crédito oficial	Capital extranjero	Total
Hostelería	150	5.270	2.000	360	7.780
Alojamientos extrahosteleros	5	1.685	900	630	3.220
Industrias turísticas complementarias	—	1.000	—	40	1.040
Urbanización	—	290	250	300	840
Infraestructura	—	47	70	—	117
Propaganda	190,4	43,6	—	—	234
Formación profesional	26,5	—	—	—	26,5
Planeamiento de zonas turísticas	2	—	—	—	2
TOTALES	373,9	8.335,6	3.220	1.330	13.259,5

TABLA 8.9

INVERSIONES TURÍSTICAS. AÑO 1967

(En millones de pesetas)

	Financiación pública	Financiación privada	Crédito oficial	Capital extranjero	Total
Hostelería	150	6.450	2.300	420	9.020
Alojamientos extrahosteleros	5	1.985	1.000	720	3.710
Industrias turísticas complementarias	—	1.150	—	50	1.200
Urbanización	—	310	300	360	970
Infraestructura	—	50	85	—	135
Propaganda	226,5	43,5	—	—	270
Formación profesional	26,5	0,6	—	—	27,1
Planeamiento de zonas turísticas	2	—	—	—	2
TOTALES	410	9.689,1	3.685	1.550	15.334,1

TABLA 8.10

AÑOS

Fuentes de financiación	1964	1965	1966	1967	Totales Millones de pesetas
Financiación privada	6.670,1	7.480,0	8.335,6	9.689,1	32.174,8
Financiación pública	315,1	329,2	373,9	410,0	1.428,2
Crédito oficial	2.560,0	2.890,0	3.220,0	3.685,0	12.355,0
Capital extranjero	1.070,0	1.200,0	1.330,0	1.550,0	5.150,0
TOTALES	10.615,2	11.899,2	13.259,5	15.334,1	51.108,0

Se calcula en 32.174,8 millones de pesetas la parte de inversión a financiar con carácter privado, lo que supone un 63 por 100 de las totales necesidades de inversión.

Viene en segundo lugar el crédito oficial, cifrado en 12.355 millones de pesetas, es decir, un 24 por 100 de la financiación total.

En tercer lugar, la inversión de capital extranjero, que se evalúa en 5.150 millones de pesetas, y sólo cubre el 10 por 100 del total de la financiación prevista. Dicha inversión corresponde a la cifra de casi 86 millones de dólares, fácil de alcanzar en los cuatro años programados, puesto que supone una media anual de 21,5 millones de dólares.

Por último, la financiación pública en hoteles, alojamientos extrahoteleros (principalmente residencias y ciudades veraniegas de tipo social) y urbanizaciones alcanza una cifra de 1.428,2 millones de pesetas, o sea sólo el 3 por 100 escaso de la financiación total prevista.

El desglose del programa de inversiones públicas en el sector turismo se establece detalladamente en las siguientes tablas.

TABLA 8.11

DESGLOSE DEL PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS

Turismo

Año 1964

(En millones de pesetas)

Conceptos	A realizar por el Estado		A realizar por organismos autónomos y entidades y empresas públicas		A realizar por las Corporaciones locales	Subvenciones con fines de inversión	Total
	En curso de ejecución	Nuevas	En curso de ejecución	Nuevas			
TURISMO:							
Propaganda		44,03		63,00		4,87	111,80
Oficinas en el extranjero.							
Nuevas aperturas en Austria, Dinamarca, Irlanda, Finlandia y Noruega		15,00					15,00
Oficinas en España		10,00					10,00
Formación profesional		10,00		13,20			23,20
Planeamiento de zonas turísticas		0,50		1,50			2,00
Alojamientos hoteleros (paradores, albergues, etc., propiedad de la Administración turística del Estado)		150,00					150,00
Alojamientos Extrahoteleros		3,00					3,00
TOTALES		232,53		77,70		4,87	315,10

TABLA 8.12

DESGLOSE DEL PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS**Turismo**

Año 1965

(En millones de pesetas)

Conceptos	A realizar por el Estado		A realizar por organismos autónomos y entidades y empresas públicas		A realizar por las Corporaciones locales	Subvenciones con fines de inversión	Total
	En curso de ejecución	Nuevas	En curso de ejecución	Nuevas			
TURISMO:							
Propaganda		54,00		63,00		8,00	125,00
Oficinas en el extranjero. Nuevas aperturas en Austria, Dinamarca, Irlanda, Finlandia y Noruega		15,00					15,00
Oficinas en España		10,00					10,00
Formación profesional		10,00		13,20			23,20
Planeamiento de zonas turísticas		0,50		1,50			2,00
Alojamientos hoteleros (paradores, albergues, etc., propiedad de la Administración turística del Estado)		150,00					150,00
Alojamientos extrahoteleros		4,00					3,00
TOTALES		243,50		77,70		8,00	329,20

TABLA 8.13

DESGLOSE DEL PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS**Turismo**

Año 1966

(En millones de pesetas)

Conceptos	A realizar por el Estado		A realizar por organismos autónomos y entidades y empresas públicas		A realizar por las Corporaciones locales	Subvenciones con fines de inversión	Total
	En curso de ejecución	Nuevas	En curso de ejecución	Nuevas			
TURISMO:							
Propaganda		92,65		63,00		9,75	165,40
Oficinas en el extranjero. Nuevas aperturas en Austria, Dinamarca, Irlanda, Finlandia y Noruega		15,00					15,00
Oficinas en España		10,00					10,00
Formación profesional		13,30		13,20			26,50
Planeamiento de zonas turísticas		0,50		1,50			2,00
Alojamientos hoteleros (paradores, albergues, etc., propiedad de la Administración turística del Estado)		150,00					150,00
Alojamientos extrahoteleros		5,00					5,00
TOTALES		286,45		77,70		9,75	373,90

TABLA 8.14

DESGLOSE DEL PROGRAMA DE INVERSIONES PÚBLICAS**Turismo**

Año 1967

(En millones de pesetas)

Conceptos	A realizar por el Estado		A realizar por organismos autónomos y entidades y empresas públicas		A realizar por las Corporaciones locales	Subvenciones con fines de inversión	Total
	En curso de ejecución	Nuevas	En curso de ejecución	Nuevas			
TURISMO:							
Propaganda		125,00		65,00		11,50	201,50
Oficinas en el extranjero. Nuevas aperturas en Austria, Dinamarca, Irlanda, Finlandia y Noruega		15,00					15,00
Oficinas en España		10,00					10,00
Formación profesional		13,30		13,20			26,50
Planeamiento de zonas turísticas		0,50		1,50			2,00
Alojamientos hoteleros (paradores, albergues, etc., propiedad de la Administración turística del Estado)		150,00					150,00
Alojamientos extrahoteleros		5,00					5,00
TOTALES		318,80		79,70		11,50	410,00

Capítulo IX. Aspectos locacionales del fenómeno turístico

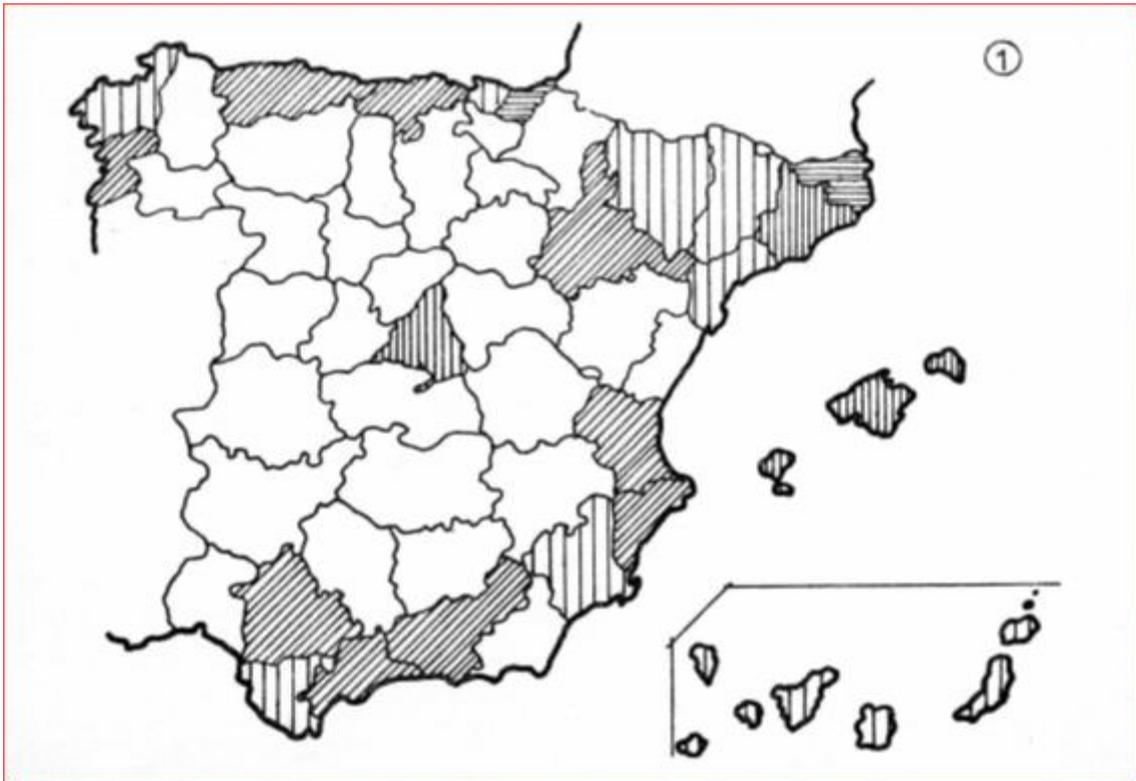
9.0 Introducción

Al establecer el programa de desarrollo del sector turístico dentro del Plan General de Desarrollo Económico, se ha operado con cifras globales para el conjunto nacional. Como quiera que la distribución geográfica del fenómeno turístico dista mucho de ser uniforme en todo el territorio nacional, los aspectos de localización de dicho fenómeno adquieren importancia y trascendencia fundamental, tanto para el programa turístico, en sí mismo, como para las interrelaciones que tiene con los restantes sectores de la actividad económica.

Interesa, por ello, analizar la situación actual del sector turismo en el aspecto geográfico, así como su condición dinámica en el próximo pasado y las previsiones que puedan realizarse sobre las líneas de tendencia futura en cuanto respecta a la localización de las nuevas inversiones turísticas.

9.1 La situación en 1961

La información estadística disponible con relación a los movimientos turísticos —desde el punto de vista geográfico— es prácticamente inexistente, y resulta preciso considerar como índice de la afluencia turística la capacidad de alojamientos hoteleros en las distintas provincias españolas.



El mapa 1 da una expresión geográfica de la concentración provincial del equipo hotelero en porcentaje sobre el total nacional. Puede verse cómo cada una de las provincias de Madrid, Barcelona y Baleares dispone de una capacidad hotelera superior al 10 por 100 del total nacional. Gerona y Guipúzcoa ocupan el siguiente lugar, con cifras comprendidas entre el 5 y el 10 por 100, y vienen a continuación Málaga, Alicante, Granada, Valencia, Zaragoza, Santander, Sevilla, Pontevedra y Oviedo, con cifras comprendidas entre el 2 y el 5 por 100 del total nacional.

Frente a estas provincias —que son las mejor dotadas desde el punto de vista hotelero— existen otras 27 (aparte de las africanas) cuyo equipo, medido en número de plazas, no llega a suponer para cada una de ellas ni tan siquiera el 1 por 100 del total nacional.

Se aprecia, por consiguiente, una concentración importante del equipo hotelero español, en términos relativos y totales, en las siguientes zonas:

- 1ª Zona catalana-balear, constituida por Barcelona, Baleares y Gerona.
- 2ª Provincia de Madrid.
- 3ª Guipúzcoa.
- 4ª Zona andaluza, formada por Málaga, Granada y Sevilla.
- 5ª Zona levantina, constituida por Alicante y Valencia.
- 6ª Zaragoza.
- 7ª Costa cantábrica, formada por Santander y Oviedo.
- 8ª Rías Bajas gallegas (Pontevedra).

9.2 La evolución en el período 1955-1961

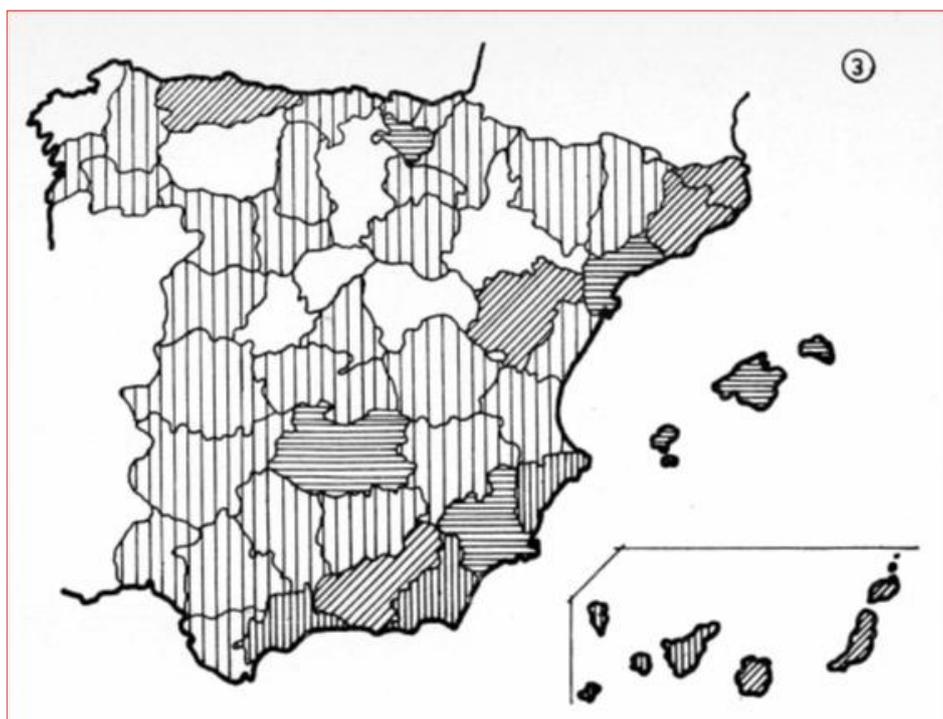
Más interés aún que la situación relativa actual tiene, a efectos de localización de los incrementos futuros de los movimientos turísticos, el conocimiento de cuál ha sido la evolución en el aumento de la capacidad hotelera en el período que va de 1955 a 1961.



El mapa 2 expresa gráficamente la localización del aumento en la capacidad hotelera en dicho período, en cifras absolutas.

Baleares y Barcelona marchan a la cabeza en la captación de nuevas corrientes de turismo, con un incremento comprendido entre 5.000 y 10.000 nuevas plazas hoteleras. El segundo lugar viene ocupado por las provincias de Gerona, Málaga y Alicante, con un aumento entre 2.000 y 5.000 nuevas plazas; viniendo a continuación Madrid, Santa Cruz de Tenerife, Tarragona y Guipúzcoa, con cifras comprendidas entre las 1.000 y 2.000 nuevas plazas hoteleras.

Vemos, por tanto, que, fundamentalmente, son ocho provincias españolas las más ampliamente significadas en la captación de estas nuevas corrientes, y que, desde un punto de vista geográfico, ceden en importancia provincias como Valencia, Zaragoza, Sevilla, Pontevedra, Oviedo y Santander.



En términos de aumento relativo de la capacidad hotelera en el período 1955-1961, en que la total capacidad hotelera española se ha incrementado en un 43 por 100, el mapa 3 expresa la importancia del crecimiento relativo para las provincias de Santa Cruz de Tenerife, Almería, Alicante y Málaga, si bien es preciso hacer constar la baja cifra de partida en la provincia de Almería, lo que hace poco significativa, en términos absolutos, tal evolución.

Los siguientes lugares vienen ya ocupados por Baleares, Tarragona, Álava, Murcia y Ciudad Real, entre los que son significativos, realmente, los aumentos de las dos primeras provincias. El tercer lugar en esta comparación de los aumentos relativos viene ocupado por las provincias de Granada, Gerona, Las Palmas, Barcelona, Teruel y Oviedo, siendo varias aquellas en que se ha producido una disminución absoluta del equipo hotelero existente.

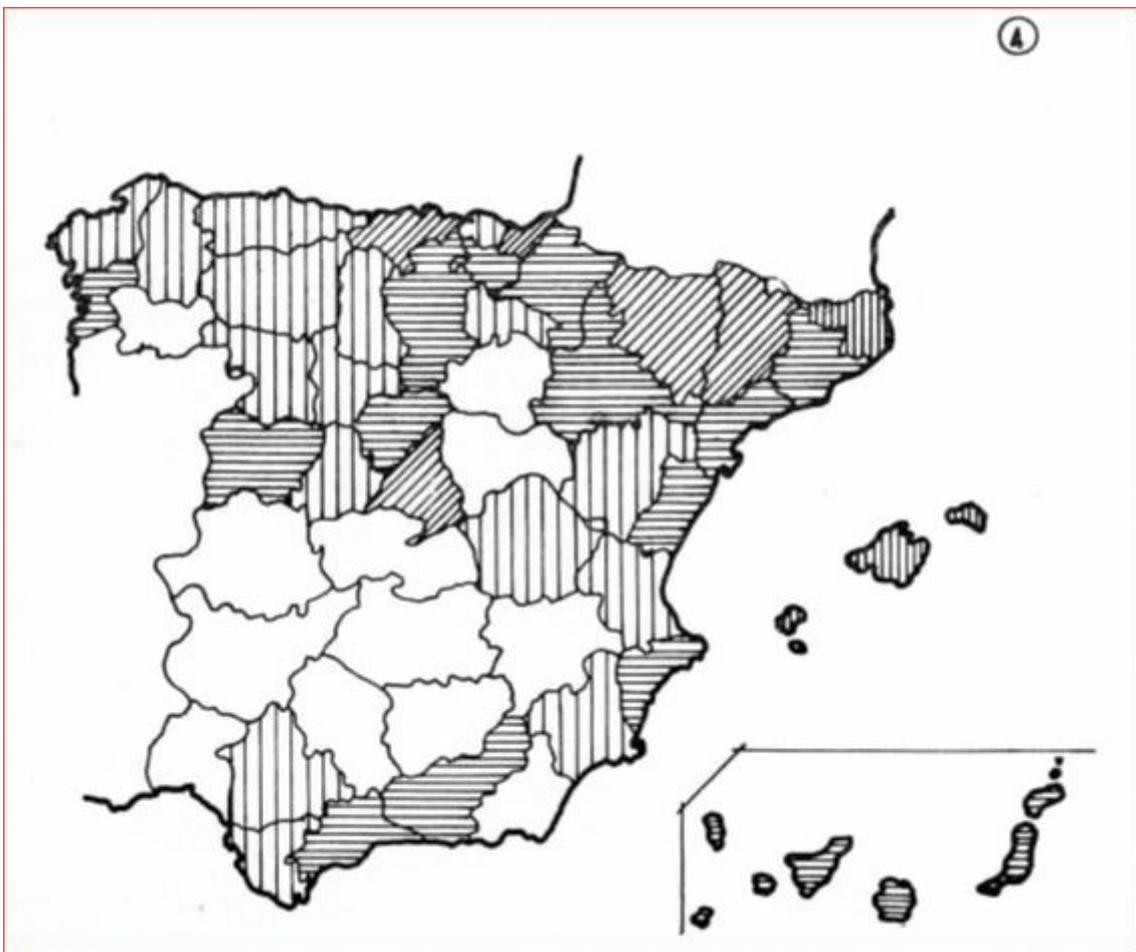
9.3 Índice de intensidad turística

Analizados esquemáticamente con anterioridad los fenómenos de localización, en lo que respecta a la posibilidad de hacer frente a la demanda, interesa caracterizar también, aunque sea de modo indirecto, la importancia que el turismo presenta para las diferentes zonas y provincias españolas. Para ello se ha establecido, bajo la denominación de «índice de intensidad turística», la relación existente para 1961 entre el número de habitaciones hoteleras, por provincia, y la población de las mismas.

Un índice de intensidad turística elevado indica, sin lugar a dudas, la importancia porcentual que para la economía de cada provincia tiene el fenómeno turístico. En este aspecto ocupan el primer lugar las provincias de Baleares y Gerona, con un índice de intensidad turística

comprendido entre el 25 y 50 por 1.000, mientras que los siguientes lugares ponen de relieve interesantes fenómenos de localización, puesto que ocupan los mismos, por una parte, provincias costeras e insulares y, por otra, aquellas situadas predominantemente en los ejes de penetración del turismo extranjero.

El retraso económico general de la meseta sur queda también de manifiesto en este análisis de la importancia del fenómeno turístico, como puede verse en el mapa 4.



9.4 Polos dinámicos en el desarrollo turístico

La conjugación de los anteriores análisis estructurales permite establecer de un modo suficientemente objetivo cuáles son los principales polos dinámicos de carácter turístico, dentro de la geografía española.



LEYENDA

- PLANO ① — PLAZAS HOTELERAS — 1961
- ▨▨▨▨ > 10%
 - ▧▧▧▧ 5% < * < 10%
 - ▩▩▩▩ 2% < * < 5%
 - 1% < * < 2%
- respecto al total español
- PLANO ② — CAPACIDAD HOTELERA — 1955-61
(aumento absoluto)
- ▨▨▨▨ DE 5000 A 10000
 - ▧▧▧▧ DE 2000 A 5000
 - ▩▩▩▩ DE 1000 A 2000
 - DE 500 A 1000
 - MENOS DE 500
 - + MEJORA EN POSICION RELATIVA
 - EMPEDRA EN POSICION RELATIVA
- PLANO ③ — CAPACIDAD HOTELERA — 1955-61
(aumento relativo) (1955=100)
(INDICE 1961 — media española 143)
- ▨▨▨▨ MAS DE 250
 - ▧▧▧▧ DE 200 A 250
 - ▩▩▩▩ DE 150 A 200
 - DE 100 A 150
 - MENOS DE 100
- PLANO ④ — INDICES DE INTENSIDAD TURISTICA — 1961
- MENOS DE 1%
 - DE 1% A 2%
 - ▩▩▩▩ DE 2% A 5%
 - ▧▧▧▧ DE 5% A 10%
 - ▨▨▨▨ DE 10% A 20% Y DE 20% A 50%
- PLANO ⑤ — AUMENTO DE CAPACIDAD HOTELERA
POLOS DINAMICOS
- ▨▨▨▨ 21%
 - ▧▧▧▧ 38%
 - ▩▩▩▩ 17%
 - 6%
- 82% DEL TOTAL INCREMENTO ESPAÑOL EN 1955-61

Como puede apreciarse en el mapa 5, el primer lugar, sin género de dudas, viene ocupado por la provincia de Baleares, que por sí sola ha absorbido en el período 1955- 1961 el 21 por 100 del incremento total de la capacidad hotelera española. En segundo lugar, tres zonas se destacan claramente, y son las constituidas por la Costa del Sol malagueña, la provincia de Alicante y la Costa Brava, comprendiendo Barcelona y Gerona. Entre estas cuatro provincias han absorbido el 38 por 100 del total aumento de capacidad hotelera en dicho período.

Un tercer lugar viene ocupado por zonas cuya expansión es reflejo de las anteriores, como son Granada, Tarragona y Murcia, y por otras dos provincias, una de carácter insular —Santa Cruz de Tenerife— y otra en la costa cantábrica —Oviedo—. Entre estas cinco provincias ya sólo absorben el 17 por 100 del total incremento de la capacidad hotelera española.

Para finalizar, se puede señalar que los lugares siguientes vienen ocupados por Madrid y Las Palmas, absorbiendo entre ambas un 6 por 100 del total aumento de la capacidad hotelera.

En resumen, las 12 provincias señaladas han fijado en el período 1955- 1961 el 82 por 100 del total aumento de las corrientes turísticas, lo cual es sumamente expresivo del grado de concentración de las mismas.

9.5 Programación de la localización futura

La concentración operada en el próximo pasado, que se acaba de analizar, lleva al convencimiento de la necesidad ineludible de plantear una política de desarrollo turístico que reduzca dicho grado de concentración en el futuro y evite la aparición o el aumento de gravedad de los fenómenos de congestión típicos de las zonas más favorecidas por las preferencias turísticas.

No se pretende, en ningún caso, plantear como meta del futuro desarrollo turístico una distribución igualatoria entre las distintas provincias españolas, por cuanto las diferencias que presentan las mismas en orden a sus atractivos turísticos y a su potencialidad de captación de la demanda son muy distintas. Pero, sin embargo, los estudios realizados permiten establecer, sin lugar a dudas, la posibilidad de que muchas zonas de la geografía española incrementen de modo importante su participación en la captación de las nuevas corrientes turísticas, por cuanto presentan atractivos comparables —si no superiores, en algunos casos— a las de aquellas otras más favorecidas, por un fenómeno que se ha desarrollado en términos de la más absoluta libertad. La programación de la localización geográfica del desarrollo turístico no se plantea en términos coercitivos, sino que se pretende dotar a las zonas naturalmente favorecidas, por el conjunto de sus atractivos naturales y humanos, de las más amplias posibilidades de desarrollo de tales potencialidades latentes. En la mayor parte de los casos, el estrangulamiento que ha impedido la captación de tales corrientes turísticas estriba, generalmente, en la falta de unas infraestructuras adecuadas, entendidas las mismas en el más amplio sentido, es decir, englobando tanto lo que afecta a la red de comunicaciones como al propio equipo hotelero, a los servicios urbanísticos, a la falta de centros de diversión, etc., y en otros casos a la falta absoluta de una propaganda adecuada.

No puede pretenderse, en ningún caso, que, en un plazo tan corto como el que abarca el Plan General de Desarrollo en elaboración, se lleve a efecto un cambio total en la localización del fenómeno turístico, por cuanto la misma responde a factores reales y seguirá operando en el futuro —quizá con fuerza mayor— por el efecto de la propaganda realizada por los mismos turistas que nos visitan. Se pretende, sin embargo, disminuir en lo posible la excesiva concentración de las zonas

que empiezan a apuntar ya claros fenómenos de congestión y desviar, mediante acciones indirectas, las nuevas corrientes turísticas a zonas que, hoy por hoy, se encuentran todavía escasamente explotadas.

Sobre esta base se ha realizado una previsión del futuro aumento de equipo hotelero, en términos porcentuales, respecto al total establecido en el programa de desarrollo del sector y, en términos absolutos, marcando unas cifras posibles en cuanto al número o capacidad de los nuevos alojamientos turísticos.

En la tabla 2 puede apreciarse, por comparación de las dos primeras columnas, las variaciones que se estiman deseables en la localización del nuevo equipo turístico con relación a lo realmente ocurrido en el período 1955-1961. Fundamentalmente se tiende a disminuir la participación de las zonas más adelantadas —como son Baleares y la Costa Brava— en orden a una promoción del desarrollo turístico del resto de la costa levantina y de las islas Canarias, así como de otras provincias que hoy día se encuentran retrasadas con relación a sus propias posibilidades.

La programación realizada no pasa de ser un primer esbozo, con relación a los fines que, en orden a la política de localización del fenómeno turístico, se entienden como más deseables, y su consecución aproximada habrá de lograrse, fundamentalmente, mediante el adecuado manejo de medios indirectos, entre los cuales el más importante, sin duda alguna, habrá de ser el crédito hotelero y el futuro crédito turístico, así como la actuación directa del Estado a través de sus propios establecimientos hoteleros y de la Ley de Zonas, en preparación, junto con el apoyo que pueda prestar a esta política de desconcentración la actividad que en su día desarrolle la propuesta Empresa Nacional de Turismo.

En todo caso, y a efectos de poder analizar las repercusiones en otros sectores de la inversión turística, la programación anterior se adopta como base de partida para el análisis de las necesidades que las inversiones de carácter turístico han de presentar dentro del plan de desarrollo para el sector de la construcción.

**PROGRAMACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL NUEVO
EQUIPO TURÍSTICO**

Provincias	Aumento de equipo hotelero En porcentaje del aumento total		Hoteles y pensiones — Plazas
	1955-61	1962-67. Previsión	1964-67
Álava	0,93	0,6	1.200
Albacete	0,17	0,1	200
Alicante	6,85	8,9	19.000
Almería	0,42	3,6	7.000
Ávila	— 0,39	0,1	200
Badajoz	0,19	0,2	400
Baleares	21,20	16,1	32.000
Barcelona	13,37	9,8	19.000
Burgos	— 0,97	0,1	200
Cáceres	0,63	0,1	200
Cádiz	0,92	1,3	2.600
Castellón de la Plana	0,66	2,3	4.600
Ciudad Real	0,67	0,2	400
Córdoba	0,34	0,4	800
Coruña (La)	— 0,12	0,2	400
Cuenca	0,36	0,1	200
Gerona	10,39	7,9	15.000
Granada	4,29	5,6	11.000
Guadalajara		0,1	200
Guipúzcoa	2,46	1,9	3.800
Huelva	0,11	0,9	1.800
Huesca	0,64	0,5	1.000
Jaén	0,40	0,1	200
León	— 0,12	0,1	200
Lérida	1,44	1,4	2.800
Logroño	0,45	0,2	400
Lugo	0,17	0,1	200
Madrid	4,55	3,2	6.400
Málaga	7,82	8,2	16.000
Murcia	2,39	4,1	8.000
Navarra	0,84	0,3	600
Orense	0,30	0,1	200
Oviedo	2,25	1,7	3.400
Palencia	0,12	0,1	200
Palmas (Las)	1,61	3,3	6.000
Pontevedra	2,05	1,5	3.000
Salamanca	0,88	0,2	400
Santa Cruz de Tenerife	3,94	5,1	10.000
Santander	0,29	0,2	400
Segovia	— 0,41	0,1	200
Sevilla	0,88	0,9	1.800
Soria	0,02	0,1	200
Tarragona	3,63	4,4	8.000
Teruel	0,52	0,1	200
Toledo	0,9	0,1	200
Valencia	2,04	2,2	4.000
Valladolid	0,54	0,2	400
Vizcaya	0,26	0,3	600
Zamora	0,06	0,1	200
Zaragoza	— 0,51	0,3	600
Provincias Africanas	0,22	0,1	200

**PROGRAMACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL NUEVO
EQUIPO TURÍSTICO**

Provincias	Residencias temporada	Campings	Turismo social
	Número de viviendas	Plazas	Plazas
Álava		300	100
Albacete		100	100
Alicante	2.000	9.000	2.000
Almería	700	3.000	700
Ávila		100	100
Badajoz		200	200
Baleares	3.500	16.000	3.000
Barcelona	2.000	10.000	2.000
Burgos		100	100
Cáceres		100	100
Cádiz	300	1.000	300
Castellón de la Plana	500	3.000	500
Ciudad Real		200	100
Córdoba		400	100
Coruña (La)		200	100
Cuenca		100	100
Gerona	1.600	8.000	1.500
Granada	1.200	6.000	1.000
Guadalajara		100	100
Guipúzcoa	400	2.000	400
Huelva	200	1.000	200
Huesca	100	500	100
Jaén		100	100
León		100	100
Lérida	300	1.500	300
Logroño		200	200
Lugo		100	100
Madrid	700	3.000	700
Málaga	1.700	8.000	1.500
Murcia	900	4.000	800
Navarra		300	100
Orense		100	100
Oviedo	400	2.000	300
Palencia		100	100
Palmas (Las)	700	3.000	600
Pontevedra	300	1.000	300
Salamanca		200	100
Santa Cruz de Tenerife	1.100	5.000	1.000
Santander		200	100
Segovia		100	100
Sevilla	200	900	200
Soria		100	100
Tarragona	900	4.000	800
Teruel		100	200
Toledo		100	100
Valencia	500	2.000	400
Valladolid		200	100
Vizcaya		300	100
Zamora		100	100
Zaragoza		100	100
Provincias Africanas			

**NÚMERO DE ORDEN OCUPADO POR LAS DIFERENTES PROVINCIAS EN LO
REFERENTE A LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS**

Año 1955 Plazas hoteleras	Año 1961 Plazas hoteleras	Año 1955-61 Aumento absoluto	Año 1955-61 Aumento relativo
1. Madrid.....1	1. Madrid.....1	1. Baleares.....1	1. Santa Cruz de Tenerife.....
2. Barcelona.....2	2. Barcelona.....2	2. Barcelona.....2	2. Almería.....
3. Guipúzcoa ...+3	3. Baleares.....3	3. Gerona.....3	3. Alicante.....
4. Gerona.....4	4. Gerona.....4	4. Málaga.....4	4. Málaga.....
5. Baleares.....-5	5. Guipúzcoa.....5	5. Guipúzcoa.....5	5. Guipúzcoa.....
6. Zaragoza.....+6	6. Málaga.....6	6. Madrid.....6	6. Madrid.....
7. Santander.....+7	7. Alicante.....7	7. Alicante.....7	7. Alicante.....
8. Sevilla.....+8	8. Granada.....8	8. Granada.....8	8. Granada.....
9. Valencia.....9	9. Valencia.....9	9. Valencia.....9	9. Valencia.....
10. Pontevedra.-10	10. Zaragoza.....10	10. Zaragoza.....10	10. Zaragoza.....
11. Málaga.....-11	11. Santander.....1	11. Santander.....1	11. Santander.....
12. La Coruña...-12	1	1	12. Sevilla.....
13. Cádiz-13	12. Sevilla.....12	12. Sevilla.....12	13. Pontevedra...13
14. Oviedo.....-14	13. Pontevedra...13	13. Pontevedra...13	14. Oviedo.....
15. Granada+15	14. Oviedo.....14	14. Oviedo.....14	15. Tarragona.....
16. Huesca+16	15. Tarragona.....15	15. Tarragona.....15	16. Santa Cruz de Tenerife.....
17. Alicante.....-17	16. Santa Cruz de Tenerife.....16	16. Santa Cruz de Tenerife.....16	17. Cádiz.....
18. Burgos.....+18	17. Cádiz.....17	17. Cádiz.....17	18. Lérida.....
19. Lérida.....-19	18. Lérida.....18	18. Lérida.....18	19. Huesca.....
20. Vizcaya.....-20	19. Huesca.....19	19. Huesca.....19	20. La Coruña.....
21. Tarragona....+2	20. La Coruña.....20	20. La Coruña.....20	21. Murcia.....
1	21. Murcia.....21	21. Murcia.....21	22. Las Palmas.....
22. Las Palmas...22	22. Las Palmas...22	22. Las Palmas...22	23. Vizcaya.....
23. Navarra.....-23	23. Vizcaya.....23	23. Vizcaya.....23	24. Navarra.....
24. León.....-24	24. Navarra.....24	24. Navarra.....24	25. Salamanca.....
25. Salamanca.25	25. Salamanca.25	25. Salamanca...5	26. Burgos.....
26. Murcia.....-26	26. Burgos.....26	26. Burgos.....26	27. Córdoba.....
27. Ávila.....+27	27. Córdoba.....27	27. Córdoba.....27	28. Castellón de la Plana.....
28. Castellón de la Plana.....28	28. Castellón de la Plana.....28	28. Castellón de la Plana.....28	29. Jaén.....
29. Segovia.....+29	29. Jaén.....29	29. Jaén.....29	30. Valladolid.....
30. Lugo.....+30	30. Valladolid.....30	30. Valladolid.....30	31. León.....
31. Santa Cruz de Tenerife.....-31	31. León.....31	31. León.....31	32. Lugo.....
32. Córdoba.....-32	32. Lugo.....32	32. Lugo.....32	33. Cáceres.....
33. Jaén.....+33	33. Cáceres.....33	33. Cáceres.....33	34. Álava.....
34. Valladolid...+34	34. Álava.....34	34. Álava.....34	35. Ávila.....
35. Cáceres.....-35	35. Ávila.....35	35. Ávila.....35	36. Segovia.....
36. Logroño.....-36	36. Segovia.....36	36. Segovia.....36	37. Logroño.....
37. Orense.....-37	37. Logroño.....37	37. Logroño.....37	38. Teruel.....
38. Teruel.....38	38. Teruel.....38	38. Teruel.....38	39. Orense.....
39. Palencia.....-39	39. Orense.....39	39. Orense.....39	40. Ciudad Real...
40. Toledo.....+40	40. Ciudad Real.40	40. Ciudad Real.40	41. Toledo.....
41. Álava.....-41	41. Toledo.....41	41. Toledo.....41	42. Palencia.....
42. Albacete....-42	42. Palencia.....42	42. Palencia.....42	43. Albacete.....
43. Zamora.....-43	43. Albacete.....43	43. Albacete.....43	44. Badajoz.....
44. Badajoz.....44	44. Badajoz.....44	44. Badajoz.....44	45. Cuenca.....
45. Huelva.....+45	45. Cuenca.....45	45. Cuenca.....45	46. La Coruña.....
46. Ciudad Real-46	46. Zamora.....46	46. Zamora.....46	47. León.....
47. Soria.....-47	47. Huelva.....47	47. Huelva.....47	48. Zaragoza.....
48. Cuenca.....+4	48. Provincias africanas.....48	48. Provincias africanas.....48	49. Ávila.....
8	49. Almería.....49	49. Almería.....49	50. Segovia.....
49. Provincias africanas...+49	50. Soria.....50	50. Zaragoza.....50	51. Burgos.....
50. Guadalaja..-50	51. Guadalajara.....	51. Burgos.....51	
51. Almería.....-50	51		

PLAZAS
PLAZAS HOTELERAS

PROVINCIAS	1955	Porcentaje	1961	Porcentaje	Índice en 1961 Base 1955=100		
1.-Álava	323	0,34	705	0,51	218	382	0,93
2.-Albacete	313	0,33	381	0,28	122	68	0,17
3.-Alicante.....	645	1,71	4.457	3,24	271	2.812	6,85
4.-Almería	98	0,10	270	0,20	276	172	0,42
5.-Ávila	855	0,89	695	0,51	81	160	- 0,39
6.- Badajoz	293	0,31	369	0,27	126	76	0,19
7.-Baleares	6.022	6,26	14.747	10,74	244	8.725	21,20
8.-Barcelona	9.559	9,93	15.058	10,97	158	5.499	13,37
9.-Burgos	1.562	1,62	1.163	0,85	75	399	- 0,97
10.- Cáceres	594	0,62	852	0,62	143	258	0,63
11.-Cádiz	1.946	2,02	2.326	1,69	120	380	0,92
12.-Castellón de la Plana.....	846	0,88	1.118	0,81	132	272	0,66
13.-Ciudad Real	273	0,28	549	0,40	201	276	0,67
14.-Córdoba	813	0,85	1.123	0,82	138	310	0,34
15.-La Coruña	1.982	2,06	1.929	1,40	97	53	-0,12
16.- Cuenca	238	0,25	349	0,25	146	111	0,36
17.- Gerona.	6.257	6,50	10.516	7,66	168	4.259	10,39
18.-Granada	1.817	1,89	3.578	2,60	197	1.761	4,29
19.-Guadalajara.....	146	0,15	146	0,11	100		
20.-Guipúzcoa	6.501	6,76	7.509	5,47	115	1.008	2,46
21.-Huelva	282	0,29	327	0,24	116	45	0,11
22.-Huesca	1.666	1,73	1.930	1,40	116	264	0,64
23.- Jaén	794	0,83	959	0,70	120	165	0,40
24.-León	965	1,00	916	0,67	95	49	0,12
25.-Lérida	1.529	1,59	2.119	1,54	138	590	1,44
26.- Logroño.....	468	0,49	651	0,47	139	183	0,45
27.-Lugo	827	0,86	896	0,65	108	69	0,17
28.- Madrid	17.882	18,58	19.749	14,38	111	1.867	4,55
29.-Málaga.....	1.996	2,07	5.209	3,79	261	3.213	7,82
30.-Murcia.	872	0,91	1.851	1,35	212	979	2,39
31.-Navarra	980	1,02	1.324	0,96	135	344	0,84
32.-Orense	457	0,48	582	0,42	128	125	0,30
33.-Oviedo	1.839	1,91	2.765	2,01	151	926	2,25
34.-Palencia	347	0,36	398	0,29	114	51	0,12
35.-Las Palmas	1.046	1,09	1.707	1,24	163	661	1,61
36.-Pontevedra	2.407	2,50	3.249	2,36	135	842	2,05
37.-Salamanca	921	0,96	1.282	0,93	139	361	0,88
38.- Santa Cruz de Tenerife ...	826	0,86	2.446	1,78	296	1.620	3,94
39.- Santander	3.170	3,29	3.291	2,40	104	121	0,29
40.-Segovia	837	0,87	669	0,49	80	168	-0,41
41.-Sevilla	2.920	3,04	3.282	2,39	112	363	0,88
42.- Soria	255	0,27	263	0,19	103	8	0,02
43.- Tarragona	1.101	1,14	2.589	1,88	235	1.488	3,63
44.-Teruel	375	0,39	588	0,43	157	213	0,52
45.- Toledo	339	0,35	418	0,30	123	79	0,19
46.-Valencia.....	2.651	2,75	3.490	2,54	132	839	2,04
47.-Valladolid	727	0,76	949	0,69	130	222	0,54
48.-Vizcaya	1.489	1,55	1.596	1,16	107	107	0,26
49.- Zamora	306	0,32	332	0,24	108	26	0,06
50.-Zaragoza	3.611	3,75	3.400	2,48	94	211	- 0,51
51.-Provincias Africanas	232	0,24	322	0,23	139	90	0,22
TOTALES	96.200	100,00	137.390	100,00	143	41.190	

Capítulo X. El turismo y la industria de la construcción

10.0 La inversión en construcción

La inversión en construcción del sector turismo se divide en los siguientes tipos de obras: hostelería, alojamientos extrahoteleros (residencias de temporada, campings, turismo social), industrias turísticas complementarias -restaurantes, cafeterías, salas de fiesta- y urbanizaciones turísticas.

Para determinar las cantidades correspondientes a construcción propiamente dicha, se han calculado unos coeficientes medios estimativos en la inversión total de las cantidades que corresponden a terrenos mobiliario, menaje, etc. En alojamientos hoteleros la inversión mobiliaria (menaje, muebles, etc.) asciende a un 20 por 100 de la inversión total; en las residencias de temporada, la misma cantidad; en el turismo social, a un 15 por 100, en industrias turísticas complementarias, a un 50 por 100.

De la cantidad que queda al deducir estos coeficientes de la inversión total corresponde a terrenos las siguientes cantidades: en alojamientos hoteleros un 12 por 100, en las residencias de temporada, un 15 por 100; en los campings, un 70 por 100 y en el turismo social, un por 100.

El presupuesto medio para construcción se obtiene a partir de los baremos de coste unitario establecidos en el programa de desarrollo turístico para cada uno de los tipos de construcciones turísticas.

El cuadro que sigue refleja los costes unitarios de cada tipo de obra. De las cantidades establecidas se hallan deducidos los porcentajes correspondientes a coste de los terrenos e inversión mobiliaria:

Hotelería 158.000 ptas. por habitación
Residencias temporada 68.000 ptas. por plaza
Camping 900 ptas. por plaza
Turismo social 38.000 ptas. por plaza
Industrias turísticas complementarias 250.000 ptas. por unidad
Urbanización 100 ptas. por m²

10.1 Superficie de suelo

En cuanto a las superficies de suelo necesarias para cada uno de los tipos de construcciones se establece una doble clasificación, consistente en diferenciar, por un lado, las necesidades estrictas de suelo sobre la que levantar las construcciones turísticas y, por otro, la preparación de suelo con fines turísticos donde se engloben los terrenos que han de urbanizarse con destino, principalmente, a residencias de temporada. Esta cantidad asciende a 3.250 hectáreas para los cuatro años del Plan.

Por lo que se refiere a necesidades estrictas de suelo, queda sumado bajo este nombre la totalidad de suelo destinado a alojamientos hoteleros y extrahoteleros; la asignación de las diferentes cantidades a cada provincia se ha hecho con arreglo a los siguientes baremos: 10 m² por habitación hotelera (5,8 m² por plaza); 100 m² por plaza de residencias de temporada; 50 m² por plaza de camping y 10 m² por plaza en turismo social.

Para la adquisición de terrenos, tanto los de necesidades estrictas como los de preparación, el gasto será la suma de ambos, teniendo en cuenta que el de necesidades estrictas se obtiene por deducción de un porcentaje del coste total de cada tipo de obra, y el de preparación de terreno turístico se obtiene por un reparto proporcional al número de

plazas hoteleras de cada provincia de los 3.250 millones de pesetas presupuestados para la totalidad del país en concepto de urbanizaciones turísticas.

10.2 Localización geográfica

La localización geográfica de terrenos queda entonces establecida tal como se detalla en la tabla 10.2. En las tablas siguientes se distinguen cuatro tipos de construcción: hotelería, alojamientos extrahoteleros, industrias turísticas complementarias y urbanización.

La distribución provincial de la inversión en hotelería se ha programado teniendo en cuenta la tendencia observada en el aumento del tipo hotelero durante el período 1955-61, y corregida ésta en orden a una política de dispersión geográfica, tal como se establece en el capítulo anterior.

Para el resto de la construcción se ha repartido el montante de ella, proporcionalmente a la inversión hotelera provincial.

10.3 Necesidades de factores básicos de producción

Las tablas adjuntas muestran la demanda generada de cada uno de los tipos de construcción turística, referidas éstas a grandes zonas.

Del presupuesto total, en construcción propiamente dicha, de alojamientos hoteleros, la distribución en los diversos conceptos de demandas generadas se ajusta a la siguiente descomposición tipo: mano de obra, el 35 por 100; material cerámico, el 26 por 100; vigería de cemento, el 7 por 100; cemento, el 8 por 100; hierro, el 5 por 100; varios, el 19 por 100 (comprende madera de carpintería de taller, un 5 por 100; material sanitario, el 4 por 100, material eléctrico, el 2 por 100, y un 8 por 100 para otras atenciones). Para pasar de las demandas en

unidades monetarias físicas se han tomado los siguientes valores: mano de obra, un jornal =150 pesetas, donde se incluyen las cargas sociales; material cerámico, 850 pesetas el millar de unidades; viguería de cemento, a 50 pesetas metro; cemento, a 90 pesetas la tonelada métrica; hierro, a 8.000 pesetas la tonelada métrica.

Para las instalaciones turísticas complementarias se estima que el 60 por 100 es mano de obra y el 40 por 100 va a varios. En esta inversión se contabilizan solamente las obras de instalación. El jornal de la mano de obra aquí empleado, de más alta cualificación que el de la construcción propiamente dicha, se valora en 250 pesetas.

TABLA 10.1

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN POR TIPOS DE OBRAS

(En millones de pesetas)

	Años				
	1964	1965	1966	1967	Total
Hostelería	4.926,4	5.565,5	6.205,4	6.987,0	23.684,3
Alojamientos extrahosteleros	1.626,1	1.837,2	2.048,3	2.306,3	7.817,9
Industrias turísticas complementarias	540,0	611,0	681,0	767,0	2.599,0
Urbanización	676,0	763,0	851,0	952,0	3.242,0
TOTALES	7.768,5	8.776,7	9.785,7	11.012,3	37.343,2

TABLA 10.2

SUPERFICIES DE SUELO PARA CONSTRUCCIONES TURÍSTICAS

Regiones	Provincias	Necesidades estrictas	Superficie en preparación	Inversión global en adquisición de terrenos
Galicia	Lugo	8.000	2	7
	Orense	8.000	2	7
	Pontevedra	333.000	60	135
	Coruña (La)	15.000	3	17
Norte	Guipúzcoa	342.000	61	192
	Navarra	220.000	40	23
	Vizcaya	220.000	40	32
	Álava	280.000	50	44
	Logroño	15.000	3	16
	Santander	15.000	3	16
	Asturias	337.000	60	176
Aragón	Huesca	86.000	16	55
	Zaragoza	12.000	3	25
	Teruel	8.000	2	9

TABLA 10.3

SUPERFICIES DE SUELO PARA CONSTRUCCIONES TURÍSTICAS

Regiones	Provincias	Necesidades estrictas	Superficie en preparación	Inversión global en adquisición de terrenos
Cataluña y Baleares	Baleares	2.900.000	520	1.600
	Gerona	1.365.000	250	750
	Lérida	196.000	35	140
	Tarragona	738.000	140	410
	Barcelona	1.710.000	310	950
Levante	Castellón de la Plana	451.000	80	230
	Valencia	394.000	70	220
	Alicante	1.660.000	300	960
	Murcia	738.000	130	400
	Almería	577.000	100	350

TABLA 10.4

SUPERFICIES DE SUELO PARA CONSTRUCCIONES TURÍSTICAS

Regiones	Provincias	Necesidades estrictas	Superficie en preparación	Inversión global en adquisición de terrenos
Andalucía	Huelva	162.440	29	93
	Sevilla	157.440	28	93
	Cádiz	218.080	39	137
	Córdoba	25.640	5	30
	Málaga	1.357.000	250	820
	Jaén	7.160	2	11
	Granada	973.800	175	570
Duero	Zamora	8.000	2	8
	Burgos	8.000	2	8
	Palencia	8.000	2	8
	León	8.000	2	8
	Valladolid	15.000	3	14
	Salamanca	15.000	3	14
	Ávila	8.000	2	8
	Segovia	8.000	2	8
Soria	8.000	2	8	

TABLA 10.5

SUPERFICIES DE SUELO PARA CONSTRUCCIONES TURÍSTICAS

Regiones	Provincias	Necesidades estrictas	Superficie en preparación	Inversión global en adquisición de terrenos
Centro	Guadalajara	8.000	2	9
	Cuenca	8.000	2	9
	Madrid	571.000	110	330
	Toledo	8.000	2	9
	Ciudad Real	10.000	2	16
	Albacete	8.000	2	9
Extremadura	Cáceres	8.000	2	9
	Badajoz	15.000	3	16
Canarias	Santa C. de Tenerife	910.000	160	520
	Las Palmas	566.000	110	320

TABLA 10.6

**DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS DEMANDAS GENERADAS POR LA
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES EXTRAHOTELERAS**

(Para los cuatro años)

Regiones	Mano de obra Miles de jornales	Material cerámico Millones de unidades	Viguería de cemento Miles de metros	Cemento Miles de toneladas	Hierro Toneladas	Varios Millones de pesetas
Galicia	319	41	192	12,0	852	25,0
Norte	446	58	268	17,0	1.200	36,0
Aragón	118	15	71	4,0	318	9,0
Cataluña y Baleares	7.495	982	4.497	285,0	20.079	610,0
Levante	4.235	546	2.499	158,0	11.154	349,0
Andalucía	3.219	421	1.930	122,0	8.630	261,0
Duero	82	10	49	3,0	227	7,0
Centro	627	82	375	23,0	1.681	51,0
Extremadura	18	2	11	0,6	49	1,4
Canarias	1.642	215	985	62,0	4.400	133,0
TOTALES	18.201	2.372	10.877	686,6	48.590	1.481,4

TABLA 10.7

**DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS DEMANDAS GENERADAS POR LA
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES HOTELERAS**

(En los cuatro años)

Regiones	Mano de obra Miles de jornales	Material cerámico Millones de unidades	Viguería de cemento Miles de metros	Cemento Miles de toneladas	Hierro Toneladas	Varios Millones de pesetas
Galaica	818,7	107,4	494	31,1	2.187,5	66,7
Cantábrica	2.629,3	344,6	1.580	100,2	7.062,5	214,0
Aragonesa	492,7	64,6	296	18,7	1.325,0	40,0
Catalano-Balear	19.220,0	2.519,5	11.532	732,1	51.487,5	1.565,0
Levantina	10.680,0	1.400,0	6.408	406,9	28.600,0	896,6
Andaluza	8.700,7	1.140,6	5.218	331,6	23.325,0	708,5
Duero	483,3	63,3	288	18,4	1.337,0	40,0
Central	2.023,3	265,1	1.212	77,1	5.425,0	164,8
Extremeña	165,3	21,6	100	6,3	450,0	13,5
Canarias	4.106,7	538,4	2.464	156,5	11.000,0	334,4
TOTALES	49.320,0	6.765,1	29.592	1.878,9	132.199,5	4.043,5

TABLA 10.8

**DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS DEMANDAS GENERADAS POR LA
INVERSIÓN EN OBRAS DE URBANIZACIÓN**

(En los cuatro años)

Regiones	Miles de jornales	Tubería	Cemento	Varios
		Millones de pesetas	Miles de toneladas	Millones de pesetas
Galicia	126	19	6	13
Norte	353	61	19	44
Aragón	70	13	4	9
Cataluña y Baleares	2.460	431	136	308
Levante	1.320	231	73	165
Andalucía	1.140	210	63	143
Duero	70	13	4	9
Centro	266	46	14	33
Extremadura	17	3	1	22
Canarias	700	123	40	88
TOTALES	6.522	1.150	350	834

TABLA 10.9

**DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS DEMANDAS GENERADAS POR LA
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA
COMPLEMENTARIA**

Regiones	Varios	Mano de obra
	Millones de pesetas	Miles de jornales
Galaica	18	108
Cantábrica	52	312
Aragonesa	8	52
Catalano-Balear	413	2.476
Levantina	227	1.364
Andaluza	182	1.096
Duero	11	60
Central	40	236
Extremeña	3	16
Canarias	86	520
TOTALES	1.040	6.240

TABLA 10.10

**INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE INDUSTRIAS TURÍSTICAS
COMPLEMENTARIAS Y URBANIZACIÓN**

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Industrias Turística Complementarias					Urbanización				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Galicia	Lugo	0,4	0,47	0,5	0,6	2,0	0,5	0,6	0,7	0,8	2,6
	Orense	0,4	0,47	0,5	0,6	2,0	0,5	0,6	0,7	0,8	2,6
	Pontevedra	6,5	7,50	8,3	9,4	32,0	8,7	9,8	11,0	12,3	42,0
	La Coruña	0,8	0,90	1,0	1,3	4,0	1,0	1,1	1,3	1,6	5,0
						40,0					52,8
Norte	Guipúzcoa	7,3	8,50	9,5	10,7	36,0	13,3	15,0	16,7	18,8	64,0
	Navarra	1,1	1,30	1,6	1,9	5,5	2,0	2,2	2,5	2,8	9,6
	Vizcaya	1,1	1,30	1,6	1,9	5,5	2,0	2,2	2,5	2,8	9,6
	Álava	2,2	2,50	2,9	3,4	11,0	4,1	4,7	5,2	5,9	20,0
	Logroño	0,8	0,90	1,0	1,3	4,0	1,4	1,6	1,8	2,0	7,0
	Santander	0,8	0,90	1,0	1,3	4,0	1,4	1,6	1,8	2,0	7,0
	Asturias	6,5	7,50	8,3	9,4	32,0	11,8	13,3	14,9	16,8	57,0
						100,0					176,0

TABLA 10.11

**INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE INDUSTRIAS TURÍSTICAS
COMPLEMENTARIAS Y URBANIZACIÓN**

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Industrias Turística Complementarias					Urbanización				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Aragón	Huesca	2,9	3,2	3,60	4,10	14	4,1	4,7	5,2	5,9	20,0
	Zaragoza	1,6	1,9	2,10	2,30	8	2,2	2,5	2,9	3,4	11,0
	Teruel	0,6	0,7	0,78	0,92	3	0,8	0,9	1,0	1,3	4,0
						25					35,2
Cataluña y Baleares	Baleares	87,1	98,4	109,70	123,00	419	106,0	120,0	134,0	151,0	514,0
	Gerona	40,5	45,8	51,00	57,50	195	50,0	56,5	63,1	72,0	242,0
	Lérida	7,3	8,5	9,50	10,70	36	9,1	10,3	11,5	12,7	44,0
	Tarragona	20,8	23,5	26,20	29,50	100	26,4	29,8	33,0	37,4	127,0
	Barcelona	52,0	58,7	65,00	73,70	250	63,0	71,2	79,3	89,3	303,0
						1.000					1.232,0

TABLA 10.12

**INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE INDUSTRIAS TURÍSTICAS
COMPLEMENTARIAS Y URBANIZACIÓN**

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Industrias Turística Complementarias					Urbanización				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Levante	Castellón de la Plana	12,20	13,80	15,4	17,40	59	14,5	16,4	18,3	20,6	70,0
	Valencia	10,80	12,20	13,6	15,30	52	12,6	14,3	15,9	17,9	61,0
	Alicante	51,00	57,50	64,1	72,20	245	61,1	69,0	77,0	86,7	294,0
	Murcia	21,40	24,20	26,9	30,30	103	25,5	28,9	32,2	36,2	123,0
	Almería	18,90	21,30	23,8	26,80	91	22,8	25,8	28,8	32,4	110,0
					550					660,0	
Andalucía	Huelva	5,20	5,80	6,5	7,30	25	6,0	6,8	7,5	8,5	29,0
	Sevilla	5,20	5,80	6,5	7,30	25	6,0	6,8	7,5	8,5	29,0
	Cádiz	7,20	8,20	9,1	10,30	35	8,7	9,8	11,0	12,3	42,0
	Córdoba	2,40	2,80	3,1	3,50	12	2,6	3,0	3,4	3,8	13,0
	Málaga	46,10	52,10	58,1	65,40	222	55,5	62,7	70,0	78,7	267,0
	Jaén	0,41	0,47	0,5	0,59	2	0,5	0,6	0,7	0,7	2,5
	Granada	31,60	36,10	39,8	44,80	152	36,8	41,5	46,3	52,2	177,0
					475					572,0	

TABLA 10.13

**INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE INDUSTRIAS TURÍSTICAS
COMPLEMENTARIAS Y URBANIZACIÓN**

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Industrias Turística Complementarias					Urbanización				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Duero	Zamora	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	Burgos	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	Palencia	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	León	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	Valladolid	1,1	1,3	1,6	1,9	5,5	1,3	1,5	1,7	2,0	6,6
	Salamanca	1,1	1,3	1,6	1,9	5,5	1,3	1,5	1,7	2,0	6,6
	Ávila	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	Segovia	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
	Soria	0,4	0,5	0,5	0,6	2,0	0,6	0,7	0,8	0,9	3,0
						25,0					35,2

TABLA 10.14

**INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN DE INDUSTRIAS TURÍSTICAS
COMPLEMENTARIAS Y URBANIZACIÓN**

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Industrias Turística Complementarias					Urbanización				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Centro	Guadalajara	0,5	0,6	0,70	0,70	2,5	0,6	0,7	0,80	1,00	3,2
	Cuenca	0,5	0,6	0,70	0,70	2,5	0,6	0,7	0,80	1,00	3,2
	Madrid	17,6	19,9	22,20	25,00	85,0	22,8	25,8	28,80	32,40	110,0
	Toledo	0,5	0,6	0,70	0,70	2,5	0,6	0,7	0,80	1,00	3,2
	Ciudad Real	1,0	1,2	1,30	1,50	5,0	1,4	1,6	1,80	2,00	7,0
	Albacete	0,5	0,6	0,70	0,70	2,5	0,6	0,7	0,80	1,00	3,2
						100,0					132,0
Extremadura	Cáceres	0,6	0,7	0,78	0,88	3,0	0,5	0,7	0,78	0,88	2,9
	Badajoz	1,2	1,4	1,60	1,90	6,0	1,1	1,3	1,50	1,80	5,5
						10,0					8,8
Canarias	Santa C. de Tenerife	35,7	40,4	45,00	50,70	172,0	45,7	51,7	57,60	64,90	220,0
	Las Palmas	21,4	24,2	26,90	30,30	103,0	27,4	31,0	34,50	38,90	132,0
						275,0					352,0

TABLA 10.15

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN PROPIAMENTE DICHA

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Hostería					Otros alojamientos				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Galicia	Lugo	3,7	4,2	4,7	5,3	18	0,8	0,9	1,1	1,2	4,0
	Orense	3,7	4,2	4,7	5,3	18	0,8	0,9	1,1	1,2	4,0
	Pontevedra	57,8	65,3	72,8	82,0	278	26,0	29,0	33,0	37,0	125,0
	La Coruña	7,6	8,6	9,6	10,9	37	0,8	0,9	1,1	1,2	4,0
						351					137,0
Norte	Guipúzcoa	85,0	97,0	108,0	122,0	412	33,2	37,6	41,9	47,2	160,0
	Navarra	13,5	15,2	17,0	19,1	65	0,9	1,0	1,1	1,1	4,1
	Vizcaya	13,5	15,2	17,0	19,1	65	0,9	1,0	1,1	1,1	4,1
	Álava	26,8	30,3	33,7	38,0	129	0,9	1,0	1,1	1,1	4,1
	Logroño	9,1	10,3	11,5	13,0	44	0,8	0,9	1,1	1,2	4,0
	Santander	9,1	10,3	11,5	13,0	44	0,8	0,9	1,1	1,2	4,0
	Asturias	76,5	86,4	96,4	108,5	368	2,7	3,0	3,4	3,8	13,0
						1.127					193,3

TABLA 10.16

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN PROPIAMENTE DICHA

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Hostería					Otros alojamientos				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Aragón	Huesca	24,5	27,7	30,9	34,8	118	8,9	10,1	11,2	12,6	43
	Zaragoza	14,5	16,4	18,3	20,6	70	0,8	0,9	1,3	1,2	4
	Teruel	4,7	5,3	6,0	6,8	23	0,8	0,9	1,1	1,2	4
						211					51
Cataluña y Balears	Baleares	713,0	806,0	899,0	1.012,0	3.432	289,5	327,1	356,8	401,7	1.362
	Gerona	334,0	378,0	421,0	474,0	1.609	129,5	146,4	163,2	183,7	623
	Lérida	62,4	70,5	78,6	88,5	300	25,7	29,1	-32,4	36,5	124
	Tarragona	178,4	201,6	224,7	253,1	858	73,2	82,7	92,2	103,8	352
	Barcelona	424,0	479,0	533,0	601,0	2.038	164,7	186,1	207,5	233,6	792
						8.237	289,5	327,1	356,8	401,7	1.362
										3.253	

TABLA 10.17

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN PROPIAMENTE DICHA

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Hostería					Otros alojamientos				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Levante	Castellón de la Plana	103,0	116,3	129,6	146,0	495	42,4	47,9	53,4	60,1	204
	Valencia	89,2	100,8	112,3	126,5	429	41,3	46,7	52,1	58,7	199
	Alicante	424,5	479,6	534,7	602,0	2.041	164,7	186,1	207,5	233,6	792
	Murcia	178,4	201,6	225,0	253,0	860	73,2	82,7	92,2	103,8	352
	Almería	156,4	176,7	197,0	221,8	752	50,3	56,8	63,4	71,3	242
						4.577					1.789
Andalucía	Huelva	40,7	46,0	51,3	57,8	196	15,6	17,6	19,6	22,1	75
	Sevilla	40,7	46,0	51,3	57,8	196	15,6	17,6	19,6	22,1	75
	Cádiz	58,8	66,5	74,1	83,4	283	25,5	28,9	32,2	36,2	123
	Córdoba	18,0	20,4	22,7	25,6	87	1,0	1,2	1,3	1,5	5
	Málaga	363,0	410,0	457,0	515,0	1.746	137,4	155,3	173,1	195,0	661
	Jaén	4,5	5,1	5,7	6,4	22	1,0	1,2	1,3	1,5	5
	Granada	249,0	281,0	314,0	353,0	1.199	96,0	108,5	121,0	136,2	462
					3.729					1.406	

TABLA 10.18

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN PROPIAMENTE DICHA

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Hostería					Otros alojamientos					
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total	
Duero	Zamora	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,9	0,9	1,1	1,2	4	
	Burgos	3,9	4,5	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Palencia	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	León	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Valladolid	7,9	8,9	9,9	11,2	38	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Salamanca	7,6	8,6	9,7	11,1	37	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Ávila	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Segovia	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
	Soria	3,9	4,4	4,9	5,6	19	0,8	0,9	1,1	1,2	4	
					208					36		
Centro	Guadalajara	4,5	5,1	5,7	6,4	22	22	0,8	0,9	1,1	1,2	4
	Cuenca	4,5	5,1	5,7	6,4	22	22	0,8	0,9	1,1	1,2	4
	Madrid	148,0	167,3	186,5	210,0	712	712	53,2	60,1	67,0	75,5	256
	Toledo	4,7	5,3	6,0	6,8	23	23	0,8	0,9	1,1	1,2	4
	Ciudad Real	9,0	10,2	11,5	13,0	44	44	0,8	0,9	1,1	1,2	4
	Albacete	9,0	10,2	11,5	13,0	44	44	0,8	0,9	1,1	1,2	4
					867					276		

TABLA 10.19

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN PROPIAMENTE DICHA

(En millones de pesetas)

Regiones	Provincias	Hostería					Otros alojamientos				
		1964	1965	1966	1967	Total	1964	1965	1966	1967	Total
Extremadura	Cáceres	4,9	5,6	6,2	7,0	24	0,8	0,9	1,1	1,2	4
	Badajoz	9,7	11,0	12,3	13,8	47	0,8	0,9	1,1	1,2	4
						71					8
Canarias	Santa C. de Tenerife	228,8	258,5	288,2	324,5	1.100	89,8	101,5	113,0	127,4	432
	Las Palmas	137,2	155,1	172,9	194,7	660	56,7	64,1	71,5	80,5	273
						1.760					705

Capítulo XI. Actuación sobre el sector

11.0 Fundamentos

La consecución del ritmo de desarrollo programado requiere una acción consciente y ordenada en el campo de la política económica que, si en gran parte puede ser una continuación de lo que ya en estos momentos se viene ejecutando, en otros casos supone una ampliación de la actuación pública o una reforma del marco estructural. En ambos casos, sin pretensiones de establecer de modo exhaustivo cuál ha de ser la política económica precisa para el desarrollo turístico, en los años de vigencia del Plan de Desarrollo, sí es conveniente marcar las líneas generales sobre las principales medidas en que dicha política ha de basarse.

A efectos de una presentación sistemática de las mismas, se agrupan a continuación en cuatro apartados generales, que hacen referencia a «la atracción de la demanda extranjera», «la expansión y ordenación del turismo interior», «la ampliación de la oferta turística» y «la regulación del mercado».

11.1 Atracción de la demanda extranjera

La importancia del sector turístico en el cuadro general dinámico de la economía española se refleja, fundamentalmente, en su aportación a la balanza de pagos, dado que en lo que respecta a la demanda interior el cuadro económico general lo incluye dentro del epígrafe genérico de «consumo privado». Ello es ya indicio de que ha de darse la mayor importancia al aumento de las cifras de turismo extranjero, es decir, a la captación de las corrientes turísticas extranacionales.

Dicha labor de captación se ha de basar, principalmente, en un aumento general de los esfuerzos de propaganda dirigida a los mercados exteriores, y, por consiguiente, se ha de dotar a dicha acción de los medios financieros adecuados mediante la utilización de fuentes de financiación de amplia elasticidad, que permita el incremento de los gastos en propaganda, de acuerdo con las condiciones generales del mercado y con el volumen general de beneficios que el turismo extranjero reporta a la economía nacional. Por ello, se considera absolutamente imprescindible el mantenimiento del actual sistema de póliza de turismo. Su actual limitación, única y exclusivamente, a los alojamientos hoteleros deberá ser revisada, por la mayor importancia que de día en día adquieren los alojamientos de otros tipos y la existencia, al mismo tiempo, de toda una serie de industrias complementarias de la hostelería, directamente beneficiadas por la afluencia turística.

La acción en la propaganda exterior deberá ser realizada, básicamente, por la Administración Central, sin que ello sea obstáculo para la realización de campañas específicas en favor de determinadas zonas o comarcas dentro del territorio nacional ni tampoco para que organismos de carácter local o regional, ya sean públicos o privados, puedan desarrollar campañas de promoción en el extranjero, financiadas con sus propios fondos, con o sin subvención de la Administración Central, pero, en todo caso, con la supervisión de la misma. Dicha supervisión no deberá revestir el carácter de autorización previa, pero, en cualquier caso, la acción desarrollada deberá ser conforme con las directrices ministeriales si se concede subvención o, en caso de no existir ésta, si la financiación de las campañas de propaganda se realiza por organismos públicos de cualquier tipo o por asociaciones privadas sobre las que el Ministerio de Información y Turismo tenga autoridad o intervención.

Se promoverá el turismo de fuera de estación mediante una acción de propaganda en tal sentido y concediendo las máximas facilidades para la celebración de reuniones internacionales, tales como congresos, convenciones, etc., en ciudades que por su importante equipo turístico y por disponer de centros de reunión puedan ser sede de las mismas. En tal sentido se cooperará con otros países en los esfuerzos por incrementar dichas corrientes turísticas.

La coordinación de la propaganda exterior en los aspectos comercial y turístico se juzga del mayor interés y, por consiguiente, habrá de tenderse, siempre que ello sea posible, a una acción conjunta de los dos Ministerios interesados en estos campos.

La realización de campañas de propaganda necesita ser completada con la puesta a disposición de los potenciales turistas extranjeros de la suficiente información, para que la labor de captación sea lo más efectiva posible. Por otra parte, es preciso el establecimiento de canales de distribución adecuada para hacer llegar a los mercados extranjeros el material de propaganda de todo tipo. Tales canales de distribución vienen constituidos, fundamentalmente, por la red de oficinas de turismo en el extranjero, que habrán de ser ampliadas y dotadas de los medios necesarios para una mayor efectividad de la labor que a las mismas incumbe.

Los estudios de mercados indicarán las localizaciones óptimas de las nuevas oficinas, cuyo establecimiento se juzgue conveniente, prosiguiendo así la labor ya iniciada de ampliación de la red existente.

Dentro de la labor general de propaganda de los atractivos turísticos españoles se establece, con carácter permanente, una exposición itinerante, encaminada a poner en conocimiento de los posibles turistas

extranjeros la amplitud y variedad de los mismos. Dicha exposición deberá presentar un carácter vivo, lo que exige una renovación gradual del material de la misma, y desde el punto de vista administrativo, el establecimiento de una Comisaría de la Exposición Itinerante del Turismo Español, en el seno de la Subsecretaría de Turismo.

Se proseguirá, al ritmo más rápido posible, la simplificación de los trámites administrativos para entrada de los turistas y la mejora de las instalaciones y accesos fronterizos.

11.2 Expansión y ordenación del turismo interior

Dentro del Plan de Desarrollo, el turismo interior ha de cumplir dos condiciones básicamente fundamentales: en primer lugar, la de medio de manifestación de una promoción social, de acuerdo con la evolución esperada del nivel de vida, y en segundo lugar, en cuanto ello sea posible, la de actuar como volante regulador de la estacionalidad del turismo extranjero, al mismo tiempo que reduzca las presiones que sobre nuestra balanza de pagos originaría un aumento inmoderado del turismo realizado por los españoles en el extranjero.

Entre las medidas de política económica que ofrecen en este aspecto destacado interés están, por un lado, el conveniente escalonamiento de las vacaciones laborales —sobre las cuales la Administración Pública deberá marcar la pauta—, evitando la concentración de las mismas en períodos reducidos de tiempo. De acuerdo con la experiencia de otros países, tal escalonamiento de las vacaciones laborales deberá ser estimulado bajo la concesión de ventajas adicionales sobre las que marquen las respectivas reglamentaciones de orden general, para todos aquellos que disfruten su período de vacaciones fuera del período estival.

El turismo interior deberá tender, igualmente, a una mejor utilización del equipo existente, para lo cual resulta conveniente que por las industrias hoteleras, principalmente, se otorguen reducciones de precios en períodos de fuera de temporada. La Administración deberá favorecer no sólo la concesión de dichas reducciones, sino que deberá tomar a su cargo una labor de información general para poner las mismas en conocimiento de los posibles clientes.

En este campo de una mejor utilización del equipo disponible, el turismo social —cuya expansión ha de ser apoyada tanto por los organismos públicos como por la Organización Sindical— puede cumplir un papel preponderante. Por parte de la Administración deberán darse las mayores facilidades —incluso exenciones de orden tributario— para la promoción de este turismo social y, en especial, para la utilización por el mismo, en las condiciones que puedan acordarse, de instalaciones tales como la red de balnearios españoles, los hoteles y residencias que, en otro caso, habrían de reducir su temporada de explotación anual. En análogo caso está cualquier otro tipo de instalaciones de posible utilización, tales como internados, residencias, colegios mayores y menores, centros de enseñanza de formación profesional, etc. En este aspecto deberán continuarse los esfuerzos ya iniciados por el Ministerio de Información y Turismo y la Obra Sindical «Educación y Descanso», en orden a promover este tipo de turismo, como forma de hacer asequible a la gran masa de trabajadores españoles la realización de los movimientos turísticos.

Al mismo tiempo, ha de favorecerse la creación y funcionamiento de asociaciones no mercantiles, cuyo objetivo sea la promoción del turismo social, tanto en la faceta residencial como para la realización de viajes y excursiones, sin perjuicio de vigilar la posibilidad de que dichas asociaciones puedan invadir el campo de las Agencias turísticas.

11.3 Ampliación de la oferta turística

El esperado e importante incremento en el número de turistas nacionales y extranjeros durante el período que abarca el Plan otorga la mayor importancia a la necesaria ampliación de la oferta turística, tanto por un incremento de la capacidad de alojamiento ya disponible y del equipo turístico complementario ya existente como por la apertura de nuevas zonas que gozando de amplios atractivos no reciben todavía la suficiente atención por parte de la demanda. La Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional constituye, a este respecto, un paso fundamental para la ampliación de la oferta turística, para la expansión geográfica de las corrientes existentes y para la consolidación de las mismas mediante la mejora de la infraestructura general y del equipo particular de los principales centros y zonas.

En este campo, la Administración no puede limitarse a la mera función de vigilancia y ordenación de las iniciativas privadas, sino que ha de apoyar las mismas y ha de suplir su falta en caso necesario.

Como instrumento operativo de la Ley de Zonas se hace precisa la implantación de un crédito turístico encaminado, fundamentalmente, a financiar la urbanización precisa para el establecimiento de centros turísticos, apoyando los proyectos que la iniciativa privada sea capaz de promover y que sean coherentes con las líneas generales de planificación de desarrollo turístico en España. Dicho crédito turístico sólo se otorgará a zonas y centros que obtengan la calificación de interés turístico nacional.

Se prevé igualmente una acción directa de la Administración en la obtención de suelo turístico, para ponerlo a disposición de la iniciativa

privada, mediante la creación de nuevos centros en zonas de amplios atractivos, hoy prácticamente inexploradas.

Por su parte, el crédito hotelero se amplía para ayudar a la financiación de instalaciones complementarias, tales como campings, residencias, apartamentos, restaurantes, etcétera. Si bien los alojamientos hoteleros constituyen hoy todavía la base principal del equipo necesario para la existencia de importantes corrientes turísticas, los alojamientos extrahoteleros están llenando cada día más una función importante, debido, fundamentalmente, a los cambios que se están operando en la composición de la demanda turística. Por consiguiente, una explotación racional de las posibilidades españolas en este campo hace preciso el apoyo del crédito oficial a tales tipos de instalaciones.

Tanto el crédito turístico como el crédito hotelero deben ser ampliamente selectivos y, por consiguiente —sin perjuicio de las garantías que los beneficiarios deben ofrecer en buena técnica bancaria—, la concesión de dichos préstamos habrá de ajustarse a la política ministerial de promoción turística, en orden, fundamentalmente, a conseguir una mayor dispersión geográfica de la oferta, dentro siempre de un criterio de rentabilidad y de eficacia.

Si bien en este aspecto el manejo selectivo del crédito constituye un arma importante para la consecución de los fines señalados por la política económica turística, es preciso, sin embargo, contar con la existencia de una empresa paraestatal, capaz de apoyar las primeras etapas del desarrollo turístico de nuevas zonas y centros y de llenar las lagunas que en la red de alojamientos existentes puedan producirse. Se propone, por consiguiente, la creación de la Empresa Nacional de Turismo, encuadrada dentro del Instituto Nacional de Industria, la cual, con un planteamiento mercantil puede, sin embargo, apoyar de modo eficaz la labor de promoción ministerial, constituyendo un órgano ideal al servicio de la misma. Sin perjuicio de la existencia de dicha Empresa

Nacional —en cuanto no se juzgue conveniente la absorción por la misma de los establecimientos turísticos propiedad del Estado— será preciso dotar a la Administración Turística Española (ATE) de los medios financieros precisos para proseguir el desarrollo de la red de paradores, refugios y albergues, imprescindibles, principalmente, para la apertura al turismo de nuevas zonas y como medio de detectar, a bajo costo, las posibilidades que los mismos ofrezcan.

Características similares a las de la red de alojamientos ofrece el establecimiento de servicios complementarios, en especial en lo que respecta al turismo que circula por carretera, y dotar a los lugares de interés turístico del equipo mínimo preciso para su explotación. En este aspecto habrá de ampliarse la red de estaciones de servicio de suministro de carburantes, iniciada en los últimos años, y completarla con una red coincidente o superpuesta de talleres de reparación, recomendados por la Administración de Turismo Española, los cuales deberán cumplir unas condiciones mínimas de garantía y seriedad en el trato a los turistas para gozar de las ventajas que la acción de propaganda general pueda ofrecerles.

En el mismo sentido han de ampliarse hosterías o restaurantes dependientes de la ATE, en especial para servir a aquellos puntos que son objeto principal de visitas turísticas. Igualmente se propone una acción coordinada entre el Ministerio de Información y Turismo, la Obra Sindical de Artesanía y la Sección Femenina de FET y de las JONS, para un más amplio desarrollo y aprovechamiento de las industrias típicas artesanas y de otras facetas del folklore nacional. En especial, deberán darse las mayores facilidades para la venta de artículos de artesanía en los establecimientos hoteleros propiedad del Estado, en tanto que esto no suponga una competencia con los comerciantes privados, o si éstos no llenan de modo adecuado la función de atracción turística que pueden desempeñar.

En las zonas turísticas más desarrolladas se favorecerá la realización de festejos en los meses de estación media, estudiándose la posibilidad de desplazar a los mismos los actuales festivales, para incrementar los atractivos turísticos en tales períodos.

Se desarrollarán estaciones de invierno de acuerdo con la legislación promotora de nuevos centros turísticos, al mismo tiempo que se mejorarán las áreas costeras aptas para el turismo invernal.

Se interesará la concesión de las mayores facilidades para la venta de artículos típicos de artesanía, tanto en los establecimientos hoteleros propiedad del Estado como por la iniciativa privada en los principales núcleos turísticos.

Finalmente, ampliación de la oferta turística española requiere la disponibilidad de muy amplios medios financieros y, por consiguiente, las inversiones extranjeras en instalaciones turísticas deberán gozar de amplias facilidades. En este sentido se entiende por instalaciones turísticas una gran gama de inversiones que va desde la adquisición de suelo turístico hasta las agencias, pasando por la construcción o explotación de toda clase de alojamientos y empresas de servicios. Ha de tenerse en cuenta que la aportación de capital extranjero en este campo presenta un doble interés, por cuanto si, por una parte, reduce las necesidades de financiación con cargo a capital español, por otra supone una permanente promoción de la demanda de turismo extranjero, dado que, en su labor posterior, las empresas turísticas de este tipo se interesan, directamente, en la captación de la clientela potencial existente en los países originarios del capital invertido.

Proseguirá la mejora de las infraestructuras de las zonas turísticas y en especial de las comunicaciones y transportes, entre los que cabe señalar, por su acusada importancia futura, los aeropuertos y los puertos deportivos.

11.4 Regulación del mercado turístico

La ampliación de la oferta turística ha de contemplar igualmente el problema de la formación profesional, a fin de dotar a la industria hotelera, principalmente, del personal cualificado que la misma necesite. Por otra parte, y en lo que se refiere también al personal ocupado en la industria turística, la reglamentación laboral debe ofrecer la suficiente agilidad para permitir una acomodación lo más perfecta posible de la oferta y de la demanda, habida cuenta del carácter estacional de ésta, y sin perjuicio de la debida protección social a la mano de obra empleada en este sector. Este problema de elasticidad suficiente en la reglamentación laboral del sector ha de ser abordado de modo adecuado, en consideración a que cualquier exceso de rigidez en dicha reglamentación va en detrimento de la rentabilidad de la industria turística, y, por consiguiente, supone un encarecimiento de los costos.

La nueva política ya establecida en cuanto a precios hoteleros otorga una mayor libertad para la clasificación por categorías de dichos establecimientos, de acuerdo con la calidad de los servicios ofrecidos por los mismos. Dentro del primer año del Plan de Desarrollo deberá realizarse una revisión de la clasificación actual, por categorías, de los establecimientos hoteleros, revisión que deberá hacerse con carácter cuatrienal en lo sucesivo, sin perjuicio de las modificaciones resultantes de la práctica de inspección específica o después de la realización de obras de mejora, ampliación o modificación de los establecimientos existentes. Se proseguirán los esfuerzos por ajustar la clasificación

española a las tendencias internacionales, en tanto no se llegue a una clasificación aceptada internacionalmente.

La necesidad absoluta para la realización de una adecuada política de fomento turístico de conocer la capacidad receptiva, tanto del país en su conjunto como de zonas o lugares determinados, hace precisa la realización de un censo de alojamientos extrahoteleros, así como el estudio —en los primeros años del presente Plan— de las normas generales de explotación de tal tipo de alojamientos. Será por ello precisa la realización de ajustes relacionados con la vigente Ley de Arrendamientos Urbanos, a efectos de otorgar un tratamiento unitario a los alojamientos de carácter temporal, a título oneroso o gratuito. La regulación de tal tipo de alojamientos deberá estar dotada de la más amplia elasticidad, sin perjuicio del establecimiento de las adecuadas garantías para el usuario, en aquellos casos de utilización a título oneroso.

Deberá proseguirse igualmente la labor ya iniciada de regulación de las industrias turísticas complementarias, en especial en lo que respecta a restaurantes, salas de fiestas, etc., en los centros turísticos más importantes. Dicha regulación se ha de basar, fundamentalmente, en condiciones análogas a las establecidas para los alojamientos hoteleros y extrahoteleros.

Se favorecerá la creación o ampliación de las «cadenas hoteleras», así como la reestructuración de las Agencias de viajes, a efectos de mejorar su posición frente a la competencia extranjera.

La limitación en la concesión de divisas para viajes al extranjero será revisada, estableciendo un límite por viaje en vez de por año, de acuerdo con la política usual en otros países.

Dentro de campos tangenciales al turismo, pero sumamente importantes para su propio desarrollo, ofrece destacado interés el sector de transportes y comunicaciones. Desde el punto de vista de las necesidades del turismo, resulta perentorio la necesidad de mejorar y ampliar la red existente, bien entendido que la labor de mejora ha de centrarse, fundamentalmente, en la red de carreteras y en las redes telefónica y telegráfica, precisadas cada vez más de ampliación importante en las principales zonas turísticas. Para ello ha de tenerse en cuenta no la población estable de las mismas, sino las necesidades derivadas de la estancia de importantes masas de turistas extranjeros en los períodos punta del año. La mejora de las comunicaciones telefónicas con el resto del mundo —en especial en zonas de turismo extranjero de lujo— es inaplazable y deberá hacerse con la necesaria amplitud para las necesidades previsibles a plazo medio.

Finalmente, toda la política de regulación, y aún la de promoción del mercado turístico, requiere disponer de estadísticas muy completas sobre movimientos y estancias del turismo español y extranjero en las distintas zonas, así como de estudios sobre su evolución, composición de la demanda, posibilidades futuras, etc. A este respecto, la Administración deberá gozar de la suficiente agilidad no sólo para la realización de dichos estudios y obtención de estadísticas de un modo directo, mediante sus propios órganos administrativos o por servicios especializados, tales como el Instituto de Estudios Turísticos, sino también para contratar dichos trabajos con oficinas consultoras nacionales y extranjeras, así como para recabar la colaboración y asesoramiento de expertos en esta materia. Dichos estudios deben ser considerados como parte integrante de la labor genérica de propaganda financiada con cargo a la póliza de turismo (entidad autónoma).

Anexos

Anexo I. Confrontación de la previsión realizada respecto al turismo extranjero en España

A.1.0 Generalidades

La previsión efectuada sobre la situación del turismo extranjero en España en 1967 tiene su base en el mantenimiento de los coeficientes de elasticidad, deducidos del último cuatrienio, y en la futura evolución de la renta en el período 1961-67. Interesa establecer una confrontación de dicha proyección económica con otras establecidas por distintos métodos a efectos de contrastar los resultados obtenidos y obtener un mayor grado de seguridad en la previsión efectuada.

Para ello se utilizan cuatro modelos econométricos distintos, cuyos resultados se exponen a continuación.

A.1.1 Correlación entre el nivel de renta en dólares por habitante y los gastos en turismo exterior medidos también en dólares por habitante

Parece fuera de toda duda la existencia de una correlación directa entre el nivel de renta y los gastos en turismo, dentro del total presupuesto de gastos de las economías familiares. No existen datos sobre el gasto total en turismo en los distintos países, por la dificultad inherente a la propia definición del concepto, respecto a lo que se entiende por turismo interior. Sí se dispone, sin embargo, de los datos que refleja la balanza de pagos correspondiente de cada país sobre los gastos en turismo exterior, es decir, sobre los realizados por los naturales de cada país fuera de sus fronteras, en concepto de turismo y viajes.

Analizados estos gastos en turismo exterior en relación con la renta por habitante, se obtiene que ambos están directamente correlacionados, ofreciendo un coeficiente de correlación lineal de 0,78, que, aunque no sea todo lo elevado que cabía esperar, es suficientemente aceptable para inferir la existencia de dicha correlación. Ha de tenerse en cuenta que para establecerla se han tomado únicamente los datos referentes a trece países de Europa occidental, unidos entre sí por una similitud de cultura y costumbres, pero que, sin embargo, presentan importantes diferencias en cuanto a extensión territorial y clima, lo cual tiene, sin duda, influencia en el mayor o menor desarrollo del número de sus nacionales que trasponen sus fronteras. Ello lleva a juzgar suficientemente expresivo el nivel de correlación obtenido.

Aplicada la ecuación de la recta de regresión: $t = 0,014 r + 0,17$, en la que t son los gastos turísticos por habitante y r el nivel de renta per cápita en el año anterior, tomando para r el nivel esperado de la renta en 1966, la aplicación de la ecuación de la recta de regresión permite obtener los gastos en turismo exterior en 1967. Multiplicados por la población en dicho año, quedan hallados los gastos totales esperados.

Es preciso tener en cuenta que la aplicación para cada país de la recta de regresión da una previsión poco ajustada para los gastos en cada uno de ellos, por cuanto los factores particulares tienen en los mismos suficiente influencia. Sin embargo, el resultado global es aceptable, y de acuerdo con el mismo, se realiza el primer contraste de la previsión de ingresos turísticos en España para 1967, por simple corrección porcentual entre la cifra así obtenida para los ingresos turísticos totales y la dada por el método base. La nueva evaluación supone aproximadamente un 11 por 100 menos que la evaluación base, lo que es suficientemente aceptable dentro del grado de error que lleva implícita toda proyección económica.

TABLA A.1.1

RENTA Y GASTOS EN TURISMO EXTERIOR

(Por habitante y por país)

Países	Renta año 1960 Dólares por habitante	Gastos en turismo exterior 1961 Dólares por habitante
Alemania Occidental	967	16,8
Austria	643	8,5
Dinamarca	1.036	19,4
España	246	1,8
Francia	960	8,8
Irlanda	523	16,4
Italia	508	2,2
Noruega	958	15,9
Países Bajos	1.065	13,5
Reino Unido	1.084	12,5
Suecia	1.465	15,4
Suiza	1.365	24,6
Turquía	165	1,4

Coeficiente de correlación: 0,78

$$t = 0,014r + 0,17$$

A.1.2 Correlación múltiple entre la tasa de gastos turísticos, la tasa de renta y el nivel de renta por habitante

La realización de proyecciones económicas a partir de correlaciones estadísticas de carácter atemporal supone siempre una traslación de concepto, que lleva a establecer, como previsión futura, la situación real ajustada, en el momento base de la correlación, al futuro valor esperado de la variable independiente.

TABLA A.1.2

RENTA, GASTOS EN TURISMO EXTERIOR Y POBLACIÓN PREVISTOS

(Por países)

Países	Renta prevista en 1966 <i>Dólares por habitante</i>	Gastos en turismo exterior 1967 <i>Dólares por habitante</i>	Población en 1967 <i>Millones de habitantes</i>	Gastos turísticos <i>Millones de dólares</i>
Alemania Occidental	1.150	16,3	57,8	942,0
Austria	740	10,6	7,2	76,2
Dinamarca	1.310	18,5	4,8	90,7
España	315	4,6	31,8	146,3
Francia	1.200	17,0	48,6	827,0
Irlanda	640	9,1	2,7	24,6
Italia	690	9,8	51,3	503,0
Noruega	980	13,9	3,8	52,8
Países Bajos	1.280	18,1	12,5	226,0
Reino Unido	1.250	18,7	54,3	1.017,0
Suecia	1.760	24,8	7,8	192,5
Suiza	1.540	21,7	5,9	128,2
			248,5	4.226,3

Ingresos turísticos totales: $4.226,3 \times 1,45 = 6.120$ millones de \$

El método de correlación es el más clásico en las proyecciones económicas, pero ha resultado generalmente poco ajustado a la realidad cuando se trata de proveer la situación futura en sectores de fuerte dinamismo. Ocurre así, por ejemplo, en todas las previsiones realizadas por la CEMT con relación a los futuros parques de vehículos, y en el mismo sentido no cabe duda de que el sector turismo es un sector de elevado grado de dinamicidad.

Se plantea, por tanto, para obviar dicho inconveniente, un modelo econométrico con base en una correlación múltiple, que tiene en cuenta no sólo el nivel actual de renta, sino el desarrollo en un período próximo pasado de la tasa de crecimiento de los gastos turísticos y la

tasa de crecimiento de la renta. Se introduce así un elemento dinámico que estimamos permite un mejor ajuste entre previsión y realidad futura.

El coeficiente de correlación obtenido para diez países europeos es de 0,60, que, aun siendo un poco reducido, es suficientemente representativo y permite inferir la existencia de una correlación lineal entre las tres variables indicadas. El plano de regresión de la tasa de gastos turísticos respecto a las otras dos variables tiene la ecuación: en el que y es la tasa de gastos turísticos; x , el nivel de renta per cápita, y z , la tasa de crecimiento de la renta per cápita.

$$y = 0,0123 x - 1,805 z + 11,65,$$

La situación para 1967 en los países considerados queda caracterizada por un nivel medio de renta de 1.160 dólares por habitante y una tasa de crecimiento de la misma para el período 1961-67 del 4 por 100 acumulativo anual.

De la correlación establecida se deduce entonces una tasa de crecimiento de los gastos turísticos de 18,67 por 100, que debe ser corregida al valor de 16,34 por 100, para tener en cuenta el sesgo que introduce en la correlación el proceso de devaluación que ha seguido el dólar americano, en lo que respecta a su poder adquisitivo, en el período 1956-61.

Aplicando a los ingresos turísticos una tasa de crecimiento correspondiente del 13 por 100, se obtiene una evaluación que difiere de la evaluación base en un 20 por 100 por exceso y que, por tanto, enmarca la misma con un límite superior.

A.1.3 Elasticidad entre el crecimiento de la afluencia turística y el crecimiento de la renta

Así como en las proyecciones y modelos econométricos antes establecidos se ha partido fundamentalmente de los gastos en turismo exterior, efectuados por los naturales de distintos países europeos, cabe también establecer un modelo econométrico que tenga como base la estructura actual del turismo extranjero en España y que realice sobre la misma la previsión futura.

Para enmarcar suficientemente los datos que refleja dicha evaluación en el pasado, se adjuntan una serie de Tablas que hacen referencia a la evolución del turismo extranjero en los países mediterráneos al incremento del turismo en España en los últimos años y a la descomposición del mismo, de acuerdo con la nacionalidad de los turistas. Finalmente, se establece -para los países de los que se dispone de futuras previsiones de renta- el cálculo del coeficiente de elasticidad, definido por cociente entre la tasa anual de incremento de los turistas que visitaron España en el período 1957-61 y el crecimiento de la renta de sus países en el periodo 1956-60, tal como fue establecida en la evaluación base.

Admitido que para el período 1961-67 se mantenga el mismo coeficiente de elasticidad del periodo anterior, su aplicación a la tasa esperada de crecimiento de la renta permite inferir el volumen de turistas de cada nacionalidad que visitarán España en 1967. Se hace nuevamente la salvedad de que la previsión global es suficientemente ajustada, pero ya lo son mucho menos las cifras parciales resultantes para cada país.

En el caso de Francia, la tasa media de crecimiento aplicada es la media de la afluencia turística obtenida para el conjunto de los países

Europeos, lo cual supone un mayor grado de seguridad en la evaluación por la gran importancia porcentual que en el total de nuestro turismo tiene el procedente de Francia.

Se obtiene así un total de turistas para 1967 de 18.550.000, que puede adoptarse como previsión media y que sería correspondiente, en términos de ingresos turísticos, a la cifra de 1.165 millones de dólares.

TABLA A.1.3

TURISMO EXTRANJERO EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS

(Con estancia superior a veinticuatro horas)

Países	1957 Millones	1961 Millones	1961 Índice 1957=100	Tasa de aumento
España	2,02	5,50	272	28,5
Francia	4,32	5,80	135	7,8
Italia.....	7,67	9,60	125	5,7
Yugoslavia.....	0,50	1,08	216	21,3
Grecia.....	0,25	0,44	176	15,2
Cómputo	14,86	22,55	152	11,0

A.1.4 Estimación de la tasa futura de crecimiento turístico

Finalmente, se realiza una previsión con base a la extrapolación de una tasa de tendencia que, de acuerdo con la experiencia del pasado, puede resultar aceptable en el periodo próximo.

Durante el cuatrienio 1957-61 el total de incremento turístico en el conjunto de los países europeos fue del 9,2 por 100 acumulativo anual, mientras que el gasto unitario se elevaba en el 4,5 por 100, también

anual. Habida cuenta del debilitamiento esperado de la coyuntura económica, puede aceptarse, en principio, una leve disminución de dicha tasa para el próximo futuro, fijándola en un 8 por 100 anual de incremento en el volumen turístico y en sólo un 3,5 por 100 en el gasto monetario, lo que supone, en definitiva, una tasa de incremento anual del 12 por 100 en los ingresos turísticos.

Para el mismo periodo 1957-61 conviene recordar los siguientes datos fundamentales.

La afluencia turística a España aumentó el 38,4 por 100 anual, medida en número de viajeros entrados. Para Italia dicha cifra fue del 5,9 por 100 anual. En los países mediterráneos el turismo, con estancia superior a veinticuatro horas, aumentó el 11 por 100 anual, absorbiendo España el 45 por 100 de dicho aumento, e Italia, el 25 por 100.

A partir de tales datos, puede establecerse para España el siguiente supuesto medio:

Incremento turístico, 16 por 100 anual; incremento de ingresos turísticos, 16,6 por 100 anual. Situación en 1967; 13 millones de turistas de más de veinticuatro horas, 16 millones de viajeros en total. Ingresos: 970 millones de dólares.

ESPAÑA. INCREMENTO TURÍSTICO

(Turistas extranjeros de más de veinticuatro horas)

Años	Porcentaje
1953	17
1954	9
1955	39
1956	13
1957	29
1958	22
1959	17
1960	51
1961	27
Tasa media (1953/61) – 22,0%	

A.1.5 Resumen

Los modelos econométricos establecidos permiten fijar definitivamente, los objetivos para 1967 del turismo de España. Estos son los siguientes: ingresos por turismo extranjero, 1.060 millones de dólares; total de viajeros entrados, 17 millones; total de turistas extranjeros de más de veinticuatro horas, 13 millones.

TABLA A.1.5

**ÍNDICES 1961 (BASE 1953 = 100) DE LA ENTRADA DE TURISTAS EN ESPAÑA
POR PAÍSES**

	Extranjeros entrados provistos de pasaporte	Viajeros totales
TOTAL	604	502
Alemania	988	1.233
Francia	755	603
Inglaterra	655	461
Italia	535	191
Portugal	272	232
Bélgica y Holanda	718	476
Suecia, Noruega y Dinamarca.....	603	540
Suiza	529	523
Otros europeos	394	388
América del Norte	373	497
América Centro-Sur	172	195
Otros continentes	577	508
Apátridas	170	153
Espanoles en el extranjero	--	944

TABLA A.1.6

TURISTAS QUE VISITARON ESPAÑA EN 1961

(Base 1957 = 100)

Índices, tasas anuales y elasticidad

	TOTALES		
	Índice	Tasa anual	Elasticidad
Alemania Occidental	264	27,5	2,98
Austria.....	193	18,9	4,02
Bélgica	221	21,9	--
Canadá	247	24,4	--
Dinamarca.....	296	31,2	4,33
España (residentes extranjeros)	357	37,5	--
Estados Unidos	164	13,2	--
Francia	271	28,3	--
Grecia.....	124	5,5	--
Irlanda	295	31,1	7,24
Islandia	103	0,7	--
Italia	125	5,7	0,73
Luxemburgo	138	8,4	--
Noruega	243	24,9	7,54
Países Bajos	305	32,2	4,63
Portugal	175	15,0	--
Reino Unido	196	18,3	3,59
Suecia	271	28,3	4,79
Suiza	246	25,3	4,52
Turquía	177	15,3	--
Yugoslavia	162	12,6	--
Otros países europeos	126	5,9	--
América latina	148	10,3	--
Otros países	206	19,8	--
TOTALES	233	23,5	--

TABLA A.1.7

ESPAÑA. TURISTAS TOTALES ENTRADOS
(En miles)

	1961	Tasa Porcentaje	1967 Índice	1967
Alemania Occidental	480,5	12,2	199	957
Austria.....	34,0	10,0	177	60
Dinamarca.....	49,2	20,3	303	148
Francia	3.332,0	18,8 (1)	281	9.350
Irlanda	15,5	16,2	246	38
Italia	258,5	4,2	128	330
Noruega	18,6	9,0	168	31
Países Bajos	107,4	18,7	280	301
Reino Unido	740,1	10,0	177	1.310
Suecia	85,7	17,2	259	222
Suiza	138,2	14,9	230	317
	-----			----
	5.259,7			13.064
TOTAL ABSOLUTO.....	7.455,3			18.550

(1) Aplicado el coeficiente medio de elasticidad.

ANEXO II

A.2.0 Base de la planificación

El turismo, como movimiento de masas, es un fenómeno prácticamente de nuestros días, y presenta, por tanto peculiaridades singulares que motivan, fundamentalmente, que su estudio no pueda ser abordado con carácter sectorial únicamente por las importantes implicaciones que otros sectores presentan como condicionantes, en un caso, y cooperadores, en otro, del fenómeno turístico.

El auge del turismo es paralelo al incremento de los parques de vehículos privados de transporte por carretera y está fuertemente correlacionado con el *mismo*, por cuanto, en última instancia, ambos fenómenos derivan, funcionalmente del incremento del nivel de renta de los distintos países.

Las estadísticas referentes al turismo extranjero en España -en los últimos años- señalan un crecimiento de la preponderancia absoluta del turismo por carretera sobre todas las otras formas de entrada de turistas en nuestro país. En el curso de los diez últimos años el porcentaje de los turistas entrados por carretera ha pasado del 56 al 73 por 100, y es preciso tener en cuenta, además, que una gran parte de los que acceden a nuestro país por otros medios de transporte utilizan posteriormente, en el interior del mismo, vehículos de transporte por carretera. Es axiomática, por tanto, la importancia de una buena red de carreteras para el fenómeno turístico, y así fue reconocido en el Informe del Banco "Hemos recomendado que las prioridades en el programa de carreteras se asignen en gran medida con arreglo a la densidad actual y futura del tráfico. En la medida que se trata de carreteras que sirvan zonas de turismo, las autoridades turísticas, frecuentemente, están en la mejor situación para estimar la probable demanda futura. Por consiguiente, deberían facilitar, de manera regular, tales estimaciones, de tal forma

que las necesidades del turismo sean sistemáticamente tenidas en cuenta”.

En el mismo Informe se indica también: “El transporte y los demás componentes de la infraestructura que contribuyen al desarrollo del turismo deberían ser facilitados sobre la base de una cuidadosa planificación de las zonas turísticas, para aprovechar las importantes oportunidades de las economías externas”.

Desde luego, la importancia de las carreteras para el turismo, tanto nacional como extranjero, fue puesta de manifiesto - aun cuando tan sólo de un modo esquemático en los estudios realizados para el establecimiento del vigente Plan de Carreteras español. Entre la documentación constitutiva del mismo figura un mapa de tráfico de vehículos extranjeros, que hace resaltar la importancia que la red arterial primaria ofrece para dicho tipo de tráfico.

Los aforos que se vienen realizando sobre la red viaria española permiten también deducir, por otra parte, la importancia absoluta y relativa del tráfico de vehículos de turismo dentro del tráfico originadas por el turismo interior o extranjero de nuestra patria, siempre con la salvedad de identificar el transporte de personas con el turismo, lo cual, si no es absolutamente exacto, entra dentro de una concepción lata de dicho fenómeno.

Un plan de desarrollo turístico se ha de basar, forzosamente, no sólo en el conocimiento de la situación actual, sino, fundamentalmente, en una previsión de futuro, tanto sobre la importancia global de dicho fenómeno como de la localización de las corrientes turísticas. A este efecto, el inventario de atractivos turísticos que se halla en curso de elaboración avanzada por parte de la Subsecretaría de Turismo permite conocer

cuáles son las posibilidades de desarrollo local y, por tanto, las necesidades que, en materia de transporte, se precisan cubrir para lograr el desarrollo planeado.

Por consiguiente, para el estudio de la red de carreteras turísticas se dispone, fundamentalmente, de los siguientes datos:

- a) Los aforos de tráfico referentes a vehículos de transporte de personas, indicativo de una situación actual y de una evolución en el próximo pasado.
- b) En el inventario de atractivos turísticos que, siendo base para la planificación de carreteras, permite analizar la localización de las corrientes turísticas presentes y futuras y, por consiguiente, las mejoras infraestructurales precisas para poner en explotación dichos atractivos. Entre las infraestructuras, la red de carreteras es, sin duda alguna, la más importante, por cuanto el turismo es, fundamentalmente, un viajar.
- c) La existencia de corrientes turísticas se refleja igualmente en el análisis del equipo hotelero disponible en cada localidad, medido tanto en cifras absolutas como en cifras relativas, con relación al conjunto de la población. El problema de tantos lugares españoles en que la población turística representa un importante porcentaje de la población de derecho, y en ocasiones supone, prácticamente, una fuerte multiplicación de la misma, queda reflejado perfectamente al estudiar el equipo hotelero disponible por localidad, lo que supone una caracterización de aquellas en que el turismo tiene una gran importancia.

Desde el punto de vista de las comunicaciones por carretera, es incuestionable que las localidades turísticas requieren una red viaria adecuada al tráfico que han de soportar en los períodos punta, que no

vienen medidos con exactitud, mediante el conocimiento de la densidad media diaria de tráfico.

Sobre estas tres bases fundamentales se estructura el plan de carreteras turísticas, del cual el presente estudio es tan solo un primer esbozo, que necesita ser completado con conocimiento de otras circunstancias locales. En otros casos, la red de carreteras puede presentar el carácter de necesidad derivada de la misma planificación del desarrollo turístico.

La importancia económica y social que el turismo representa para la vida española requiere, por consiguiente, una atención referente a la mejora de la red de carreteras de carácter turístico por la elevada rentabilidad de las inversiones que se efectúen en las mismas. Es preciso, por tanto, llegar, en primer lugar, a un conocimiento lo más perfecto posible de la red de carreteras turísticas, a efectos de poder establecer posteriormente una prelación entre las mismas, necesaria, en todo caso, para ajustar las necesidades generales a la disponibilidad financiera en este campo.

En el estudio-resumen que se ofrece a continuación se han conjugado todos los factores antedichos, tomando en consideración únicamente aquellos tramos de la red general de mayor importancia turística, incluyendo no sólo las carreteras que tienen ya hoy día un importante tráfico de tal carácter, sino también aquellas otras que por no reunir un mínimo de condiciones de trazado y firme están retrasando el desarrollo turístico de ciertas zonas. Finalmente, se incluyó también, como propuesta, la construcción de nuevos tramos de carretera en zonas del más alto interés para el turismo, los cuales son absolutamente precisos para el desarrollo de determinadas comarcas o regiones.

A.2.1 Red principal turística

A.2.1.0 Generalidades

Como anejo al presente estudio se incluye una relación nominativa de aquellas carreteras incluidas en el Plan, sin perjuicio de lo cual conviene pasar aunque sólo sea una somera revista a determinados puntos, a efectos, fundamentalmente, de identificar las posibles diferenciaciones con relación al orden de prelación del Plan General de Carreteras, para introducir las consideraciones del fenómeno turístico.

A.2.1.1 Red arterial

De acuerdo con la terminología empleada en el Plan General de Carreteras, se puede establecer que el conjunto de la denominada red azul ofrece una importancia turística indudable. Dicha importancia es máxima, fundamentalmente, en las carreteras de penetración por las fronteras y en aquellas otras que discurren a lo largo de las costas.

El interés de estas últimas ha quedado de manifiesto por la importancia otorgada en el Informe del Banco Mundial a la proyectada Autopista de Levante, a desarrollar a lo largo de la costa mediterránea. Como quiera que en el plazo de tiempo que abarca el Plan de Desarrollo no puede disponerse, prácticamente, de dicha Autopista, ni siquiera en su primer tramo próximo a la frontera francesa —del cual se espera estén ultimados muy pocos kilómetros al final del cuatrienio que abarca el Plan—, es del mayor interés la adecuación de la red existente en estos momentos.

Como puede verse en el plano que se acompaña, las principales carreteras de interés turístico, no comprendidas dentro de la red azul, son las siguientes:

- N-121, de Tarazona a Francia, por Dancharinea.
- N-230, de Tortosa a Francia, por el Valle de Arán, tramo Lérida a la frontera.
- N-240, de Tarragona a San Sebastián y Bilbao.
- N-331, de Córdoba a Málaga.
- N-332, de Almería a Valencia, por Gata y Cartagena.
- N-334, de Sevilla a Málaga.
- N-342, de Jerez a Cartagena (tramo Jerez a Loja).
- N-525, de Zamora a Santiago de Compostela (tramo Orense a Santiago).
- N-601, Madrid a León, por Segovia (tramo Segovia- Villalba).
- N-621, de León a Santander.
- N-625, de Burgos a Bilbao.
- N-630, de Gijón a Sevilla (tramo León a Mérida).
- N-632, de Ribadesella a Luarca.

De estas carreteras, la N-525 completa la red arterial gallega; la N-632 forma el circuito costero cantábrico en la zona asturiana; la N-625 constituye el enlace directo Burgos-Bilbao; las N-121, N-330 y N-230 completan los accesos por la frontera francesa; la N-630 forma el enlace directo León-Cáceres; las N-334 y N-335 constituyen los accesos de la Costa del Sol al valle medio del Guadalquivir, y la N-332 es la vía base costera para el desarrollo turístico de las playas del sureste.

A.2.1.2 Redes zonales

A.2.1.2.0 Generalidades

En aquella parte de la geografía española de mayor desarrollo turístico la red nacional de carreteras nacionales no es suficiente para ofrecer un servicio adecuado al turismo por carretera, y hay que considerar que

desde el punto de vista comarcal los desplazamientos turísticos se realizan, prácticamente, siempre por carretera, aun por aquellos turistas extranjeros que llegan a España utilizando otros medios de transporte. Es preciso, por tanto, en las comarcas más desarrolladas, profundizar en el análisis de la red de carreteras turísticas.

Fácilmente se comprende que los aforos generales de tráfico no son suficientes para un estudio de detalle, por cuanto el plan de aforos establecido por el Ministerio de Obras Públicas no puede llegar a cubrir nunca la totalidad de la red de carreteras españolas. Por consiguiente, en esta parte del estudio los datos fundamentales para la identificación de las rutas turísticas son, en primer lugar, el volumen del equipo hotelero existente en los distintos municipios y, en segundo lugar, el contingente de atractivos turísticos de la zona.

La primera consideración es básica a efectos de inferir la importancia turística de las carreteras de acceso y comunicación. Para ello se ha partido de caracterizar como núcleos turísticos aquellos municipios que ofrecen un volumen de establecimientos hoteleros de capacidad superior a las cien habitaciones, en conjunto, y cuyo índice de intensidad turística, definido por relación entre el número de habitaciones y la población de derecho del Municipio, supera el 5 por 1.000. En segundo lugar, se identifican también los puntos con hoteles de las categorías 1ª A y 1ª B., cuya existencia constituye un índice aceptable de la importancia del turismo en la zona.

En esta segunda parte del trabajo se han estudiado las necesidades de circulación por carretera de una serie de zonas ya desarrolladas y de otras varias cuya promoción entra dentro de los planes del Ministerio de Información y Turismo.

A.2.1.2.1 Costa Brava

La parte de costa mediterránea comprendida entre Arenys de Mar y la frontera francesa, identificada —tanto nacional como internacionalmente— con el nombre de Costa Brava, constituye con Mallorca y la Costa del Sol la trilogía fundamental del desarrollo turístico español. Como quiera que el eje de circulación principal constituido por la carretera A-3 se separa de la costa antes de llegar a Blanes para, pasando por Gerona y Figueras, alcanzar la frontera francesa por el puesto de la Junquera, se comprende fácilmente que son precisas una serie de vías de penetración para alcanzar la costa a partir de dicho eje circulatorio, así como la adecuación de otra serie de carreteras y caminos para comunicar entre sí los principales núcleos de dicha Costa Brava.

De Norte a Sur, las carreteras de acceso de carácter turístico, como puede verse en el plano, son la C-252, de La Bisbal a Port-Bou; C-260, de Olot a Rosas; C-253, de Santa Coloma a Palamós; C-250, de Sant Felú de Guixols a Gerona, y C-255, de Gerona a Palamós.

De todas estas carreteras comarcales, sólo la C-253, a partir de San Felú de Guixols, contornea la costa, mientras que las demás son puramente de penetración u ofrecen una base más próxima a la línea costera, como ocurre con la C-255, a partir de Palafrugell. En el extremo norte, la C-252, entre Llansá y Port-Bou, ofrece también un carácter costero. A partir de esta red comarcal, existe una serie de carreteras locales de la mayor importancia turística. En primer lugar, las que comunican el triángulo Llansá-Cadaqués-Rosas; en segundo lugar, las de acceso a La Escala y Estarlit y a la costa próxima a Palafrugell; y, finalmente, la que une Blanes con San Feliu de Guixols y las de acceso a Tossa y Lloret de Mar, a partir de la C-253.

La red turística de la Costa Brava se completa con el acceso de la misma al Pirineo oriental, a través de las carreteras C-150 y C-260, la primera de las cuales enlaza con la A-15, de Barcelona a Puigcerdá.

Aun dentro del detalle que se establece en la red turística de la Costa Brava, es conveniente aclarar que el actual desarrollo de dicha zona hace absolutamente precisa la adecuación de todo el conjunto al moderno tráfico por carretera, y que la propuesta no constituye, en ningún caso, una «desiderata» total de la infraestructura conveniente para una explotación intensiva de la Costa Brava desde el punto de vista turístico.

A.2.1.2.2 Baleares

La red de carreteras de Baleares puede decirse que es, en su conjunto, eminentemente turística, por el importante desarrollo de esta industria en dichas islas. Se han aplicado, sin embargo, los mismos criterios antes indicados, a efectos de identificar aquellas carreteras cuya prioridad es indudable, de acuerdo con la localización del fenómeno turístico.

Sobre las carreteras A-25 y A-41, que constituyen los ejes principales de circulación, la red turística se completa —como indica el plano— por la carretera costera occidental C-710, en la que es preciso ultimar su enlace con Andraitx, y las C-712, C-715, C-714 y C-717, que contornean la isla por su parte oriental, junto con algunas pequeñas carreteras, también indicadas en el mapa. Esto en cuanto hace referencia a la isla de Mallorca.

En la isla de Menorca, su menor desarrollo turístico deja limitadas, por el momento, las necesidades más urgentes a las carreteras C-721 y C-723.

En la isla de Ibiza, sobre todo la A-48, de Ibiza a San Antonio; la C-733, de Ibiza a San Juan Bautista, y los accesos a San José, San Carlos y Santa Eulalia, ofrecen importancia turística incuestionable.

A.2.1.2.3 Pirineo

El Pirineo español ofrece unas posibilidades sumamente importantes de desarrollo turístico, impedidas hasta el presente, prácticamente, por la deficiente e incompleta red de carreteras existente.

Los estudios realizados sobre la promoción turística del Pirineo español permiten establecer que la necesidad fundamental para el desarrollo de dicha zona es la existencia de una vía de circulación longitudinal — hoy prácticamente inexistente—, pero para cuya formación pueden aprovecharse tramos de carreteras ya construidas. Estas requerirán, sin duda, una importante transformación para adecuarla a las características del tráfico turístico que ha de servir.

Se trata de establecer, en esta primera etapa, una comunicación directa Pamplona-Figueras, mediante la utilización de una serie de carreteras comarcales y locales, ya existentes, completadas con pequeños tramos a construir.

Sin embargo, salvo en la parte oriental, será difícil desarrollar un turismo de montaña basado, fundamentalmente, en turistas españoles. Es mucho más fácil lograr tal desarrollo abriendo el Pirineo español al mercado turístico francés mediante la multiplicación de pasos fronterizos, es decir, consiguiendo, prácticamente, un doblado de las estaciones invernales francesas que ya hoy día se encuentran en ocasiones bastante congestionadas y, sobre todo, habida cuenta de los mayores atractivos turísticos y de las ventajas climáticas que ofrece la vertiente española de la cordillera pirenaica. Por consiguiente, tanto o

más importante que la vía de comunicación longitudinal es la apertura de nuevos pasos fronterizos y las facilidades de acceso a turistas y excursionistas en dichos pasos.

De Este a Oeste, la explotación turística del Pirineo español plantea la necesidad de los siguientes nuevos pasos fronterizos que constituyen, claro está, terminal de carreteras españolas: Massanet de Cabrenys-Cousteuges; Mallo-Prats de Malló; Esterrí-Saint Giron; Baños de Benasque- Bagneres de Luchon; Bielsa-Arangnouet; Torla- Gavarnie; Peña de San Martín-Izalzu-Larrau.

Aparte de estos nuevos pasos fronterizos es precisa la apertura al tráfico turístico, con las mayores facilidades posibles, de los ya existentes en la actualidad. El plano correspondiente ofrece el conjunto de la red de comunicaciones precisa para la explotación de la zona pirenaica.

A.2.1.2.4 Guipúzcoa y Navarra

Esta zona ampliamente poblada y paso importante de la corriente turística que entra por la frontera francesa precisa el que la red arterial se complete con una serie de carreteras comarcales de enlace, aparte de un pequeño tramo de carretera local, que es el acceso a Oñate y Aránzazu. El plano de la zona indica con todo detalle la red de importancia turística en la que es preciso señalar las carreteras comarcales que por la costa cantábrica comunican De v a, Ondárroa, Guernica y Bermeo, así como la C-5324, de enlace de la A-1 con la A-37.

A.2.1.2.5 Picos de Europa

La zona de los Picos de Europa está f alta de vías de penetración que permitan su explotación turística y de la adecuación de las carreteras existentes, que constituyen fundamentalmente el triángulo Cangas de Onís- Riaño-Panes. La existencia del refugio de Aliva proporciona una base, aun cuando sea reducida, para una promoción turística de esta zona, que ofrece magníficos atractivos, en especial para la práctica del montañismo y de la caza, y que puede recibir un impulso importante mediante una labor de captación de un turismo de calidad al que se ofrece algo que difícilmente puede tener hoy parangón en Europa. Las inversiones precisas para tal fin tendrán al mismo tiempo una efectividad desde el punto de vista económico, puesto que hará posible un mejor aprovechamiento de la zona, imposibilitado hoy por la falta de comunicaciones adecuadas.

A.2.1.2.6 Rías Bajas gallegas

El extremo noroccidental de la Península cuenta ya con una serie de carreteras costeras, fundamentalmente la C-550, que permite el acceso a zona de tantas posibilidades como es la costa gallega. Su inclusión en el plan de carreteras turísticas expresa la necesidad de mejorar las condiciones de tráfico de dichas vías, según se indica en el plano correspondiente, lo que permitirá, dentro de las limitaciones que el clima de la región ofrece, la adecuada explotación turística de la zona de las Rías Bajas, con base en el eje de circulación que proporciona la carretera A-34, de Túa a Santiago de Compostela.

Ha de tenerse en cuenta, por ejemplo, que la mayor parte de los turistas que hacen escala en Vigo en el curso de sus viajes ultramarinos realizan un circuito turístico corto, que se desarrolla principalmente por la carretera C-550, de Vigo-Bayona-Túa, regresando por la A-34 y A-10,

que completan el circuito. Por otra parte, las zonas de Sangenjo y La Toja tienen ya hoy en día verdadera importancia en lo que respecta al turismo nacional, principalmente en el primer caso, y al turismo internacional en el segundo.

A.2.1.2.7 Madrid

La importancia de Madrid como centro receptor y distribuidor del turismo internacional no precisa ser puesto de manifiesto, por cuanto la mera contemplación del equipo hotelero existente y del tráfico aéreo por el aeropuerto de Barajas evidencian tal circunstancia, independientemente del volumen de tráfico que accede a Madrid por carretera y ferrocarril. Casi todos aquellos que pasan unos días en la capital de España realizan excursiones a sitios próximos, siendo éste un tipo de turismo que cada día adquiere mayor importancia. Aparte de ello, la importante población de la capital ofrece un gran interés en sus desplazamientos de vacaciones o excursiones para una zona circundante bastante amplia.

Por todo ello, la zona de la sierra próxima a Madrid y —traspasada la misma— la línea que marcan Ávila y Segovia ofrece una gran importancia turística, en especial para el desarrollo de un excursionismo de tipo social. El plano de la misma pone de relieve las necesidades de carreteras en este sentido y es, sin necesidad de ulteriores comentarios, suficientemente expresivo.

A.2.1.2.8 Granada y Almería

Las costas granadina y almeriense ofrecen, en especial esta última, las más prometedoras perspectivas para un desarrollo basado en el auge alcanzado por la explotación de la Costa del Sol malagueña. Por otra

parte, la importancia de Sierra Nevada, a efectos de completar un conjunto turístico de mar y montaña, ha sido reconocida por cuantos se han ocupado en problemas relacionados con el turismo de la zona.

Es en la costa almeriense donde las necesidades de comunicación ofrecen un mayor carácter de perentoriedad, por cuanto son condición «sine qua non» para la explotación turística de la zona y la posibilidad más clara de romper el círculo vicioso de pobreza en que se debate dicha provincia.

La carretera A-2, de Vera a Almería, sólo tiene un carácter turístico en cuanto a comunicación directa de la capital provincial con la costa murciana, pero, sin embargo, el propio desarrollo costero almeriense precisa, ineludiblemente, una línea de comunicación que, si bien pudiera aprovechar en parte algún trazado ya existente, habría de plantearse desde el primer momento como un primer paso para su futura integración en la Autopista de Levante, de la que ya hemos hablado con anterioridad.

Por su parte, la misma carretera A-2, en la zona entre Almería y Adra, es igualmente tan sólo un eje circulatorio base, que ha de completarse con una carretera costera y las líneas de penetración que quedan expresadas en el plano correspondiente.

Para esta zona, las necesidades en lo que respecta a carreteras no han podido basarse, como es lógico, en la existencia de un equipo hotelero de una cierta entidad, sino que se ordena fundamentalmente a la puesta en valor de los recursos potenciales existentes en una zona donde las características climáticas son óptimas para un desarrollo turístico.

A.2.1.2.9 Andalucía occidental

La zona de Andalucía occidental comprende, desde el punto de vista turístico, las provincias de Málaga, Cádiz, Sevilla y Huelva.

En esta zona queda incluida la Costa del Sol —de tan importante desarrollo turístico en los últimos años—, cuyas necesidades en lo que respecta a carreteras tienen su base fundamental en la construcción del tramo de la Autopista periférica comprendida entre Málaga y Estepona, sin perjuicio de la adecuación general de dicha carretera costera hasta enlazar con Cádiz y Puerto de Santa María. En lo que respecta a vías de penetración, se incluyen los tramos de Málaga-Loja y las carreteras C-339 y C-344, de comunicación con Ronda y Arcos de la Frontera, así como la N-342, de Loja a Arcos de la Frontera y Jerez.

La costa de Cádiz, entre Chipiona y Puerto de Santa María, precisa para su desarrollo de la mejora de la carretera local existente, mientras que la importancia de Jerez, como centro de distribución del tráfico turístico, aconseja la inclusión en el Plan de la C-440, de Jerez a Algeciras.

Por su parte, las costas de Huelva —que constituyen una de las mayores reservas de playas disponibles en España— se encuentran absolutamente imposibilitadas de rápido desarrollo, por la falta de carreteras costeras y de tramos de penetración, entre las que merece señalarse, como indica el plano correspondiente, la N-341, de Huelva a Ayamonte, y la realización de una comunicación directa con Portugal, por este último punto, pero, sobre todo, la carretera costera de Huelva a Sanlúcar de Barrameda, que permitirá la apertura a la explotación turística de la zona costera del famoso Coto de Doñana. Dicha carretera deberá salvar la solución de continuidad que constituye actualmente la desembocadura del Guadalquivir y completarse con un

tramo directo a El Rocío, que ya cuenta en la actualidad con una vía de comunicación con La Palma del Condado.

A.2.1.2.10 Canarias

Las Islas Canarias están llamadas a constituir, a muy corto plazo, la estación invernal de Europa para un turismo de calidad. La red de carreteras existente es claramente deficitaria, tanto en cuanto a su extensión como a su calidad intrínseca.

En el presente Plan —que sólo abarca un período de cuatro años—, el programa de carreteras turísticas queda limitado a las islas de Tenerife y Gran Canaria y se basa fundamentalmente en cerrar el circuito costero de ambas islas, complementándole con pequeños tramos de penetración a las zonas de playa más importantes.

En ambas islas, las principales carreteras a completar mediante la construcción de nuevos tramos se localizan en la parte occidental y tienen una importancia no sólo turística, sino también económica.

El plano correspondiente presenta de modo completo la red de carreteras turísticas que se juzga necesaria en dichas islas en este primer período.

A.2.2 Conclusiones

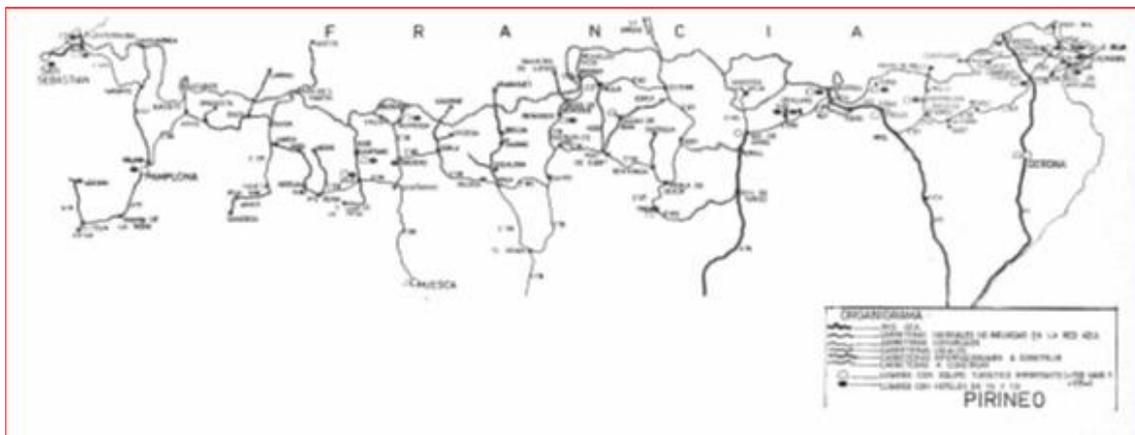
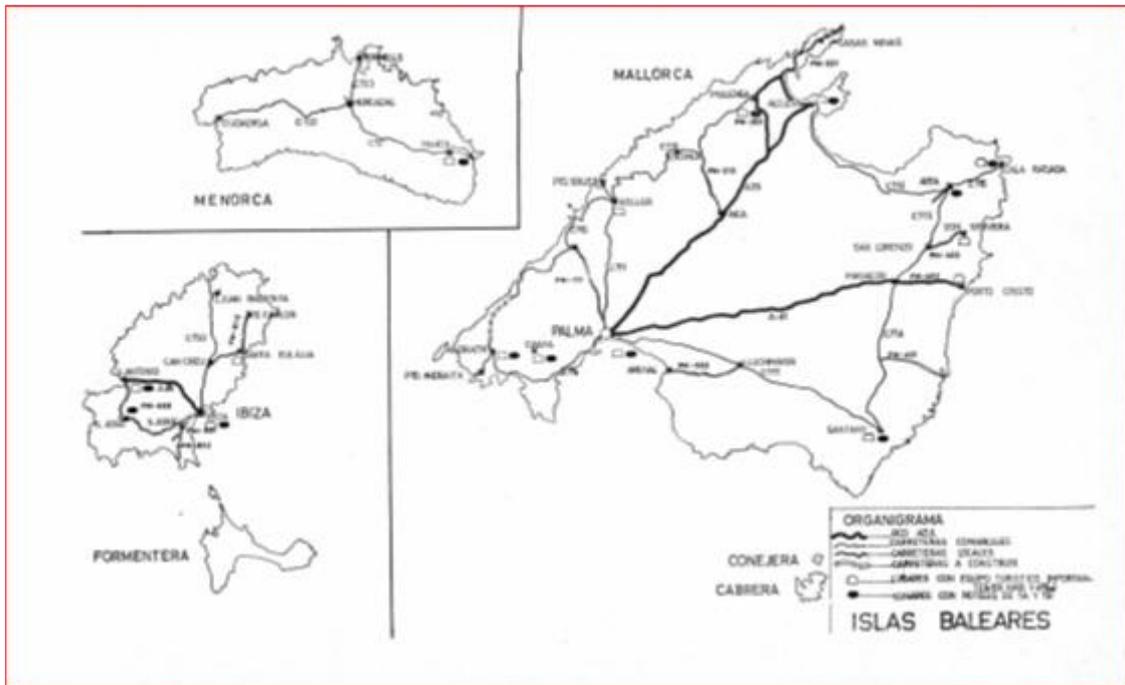
El presente Plan de Carreteras Turísticas debe ser desarrollado dentro del primer Plan General de Desarrollo, por cuanto la mejora de la actual red es una condición básica para el logro de los fines generales perseguidos por la política turística.

Una vez más hemos de señalar que desde el punto de vista económico el turismo constituye un factor clave para las posibilidades de desarrollo general y que, por consiguiente, todas las inversiones que tiendan a favorecerle, directa o indirectamente, deberán gozar de la más alta prelación. Todo retraso en la adecuación de la red de carreteras para la explotación turística del territorio nacional tendrá una repercusión desfavorable en la captación del turismo extranjero y, por consiguiente, incidirá sobre las posibilidades de financiación exterior, en orden a la disminución de los posibles ingresos de nuestra balanza de pagos, derivados de la afluencia turística.

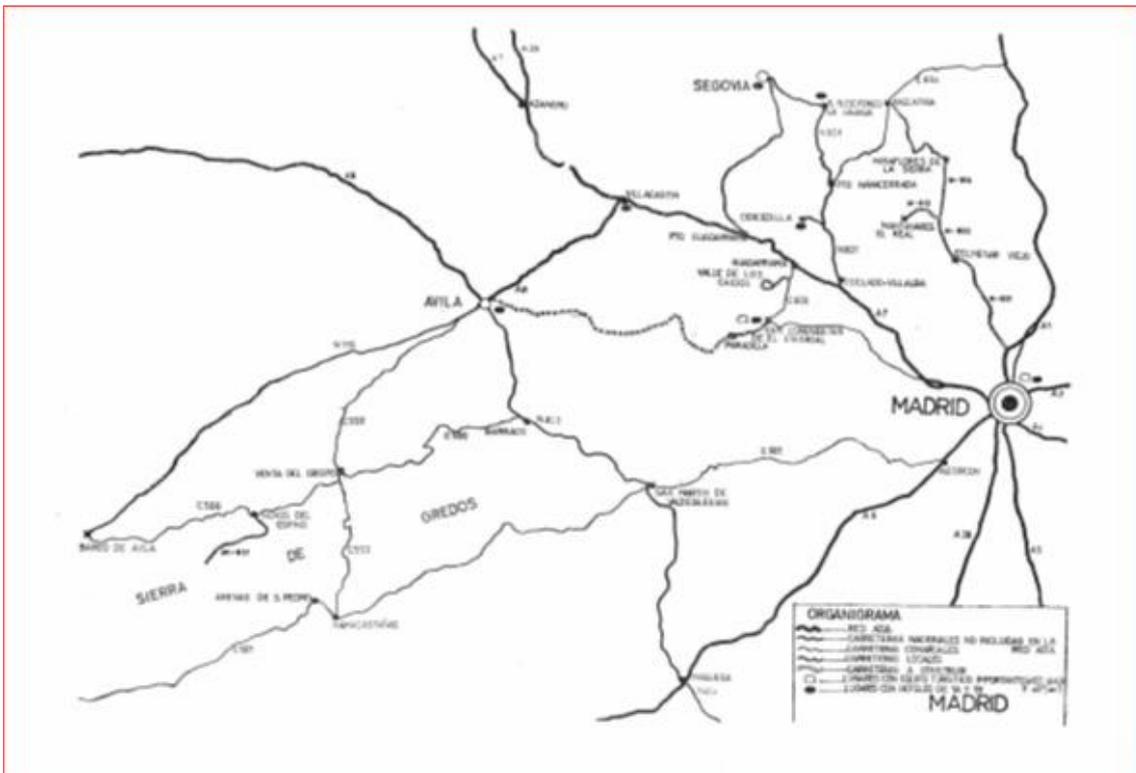
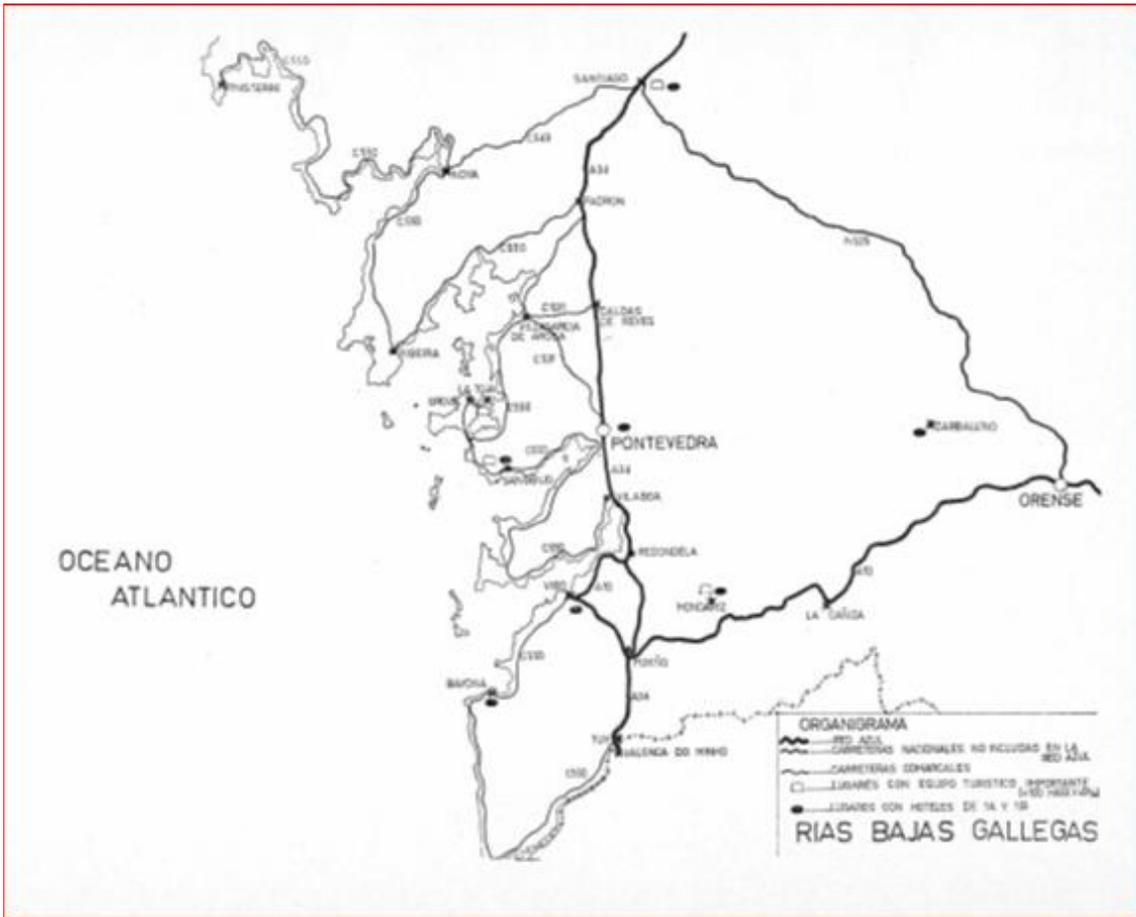
Dado que el presente programa de desarrollo de carreteras turísticas constituye tan sólo un planteamiento general del problema, no cabe profundizar en la consideración del tratamiento que las mismas deben recibir en algunos casos, por la preponderancia absoluta que en su utilización tiene el turismo con relación al tráfico comercial. Sólo cabe indicar la necesidad de que en determinados tramos de carretera, principalmente en las zonas costeras, el trazado de las mismas se acomode a criterios de valorización paisajística, siempre que los mismos no supongan un encarecimiento apreciable en el coste de construcción.

Como mero ejemplo de los resultados a que la aplicación de dicho criterio pueda llegar en algunos casos, cabe indicar que la propuesta carretera costera de la provincia de Almería —cuya fundamentación es netamente turística— deberá valorar al máximo dicha consideración paisajística, lo que forzará, en determinados tramos, a nuestro entender, a un trazado en «cornisa». Su coste más elevado por kilómetro puede ser compensado, sin embargo, por la reducción de longitud total y por las ventajas que para la atracción de las corrientes turísticas puede suponer la existencia de una carretera construida en la forma que se indica.

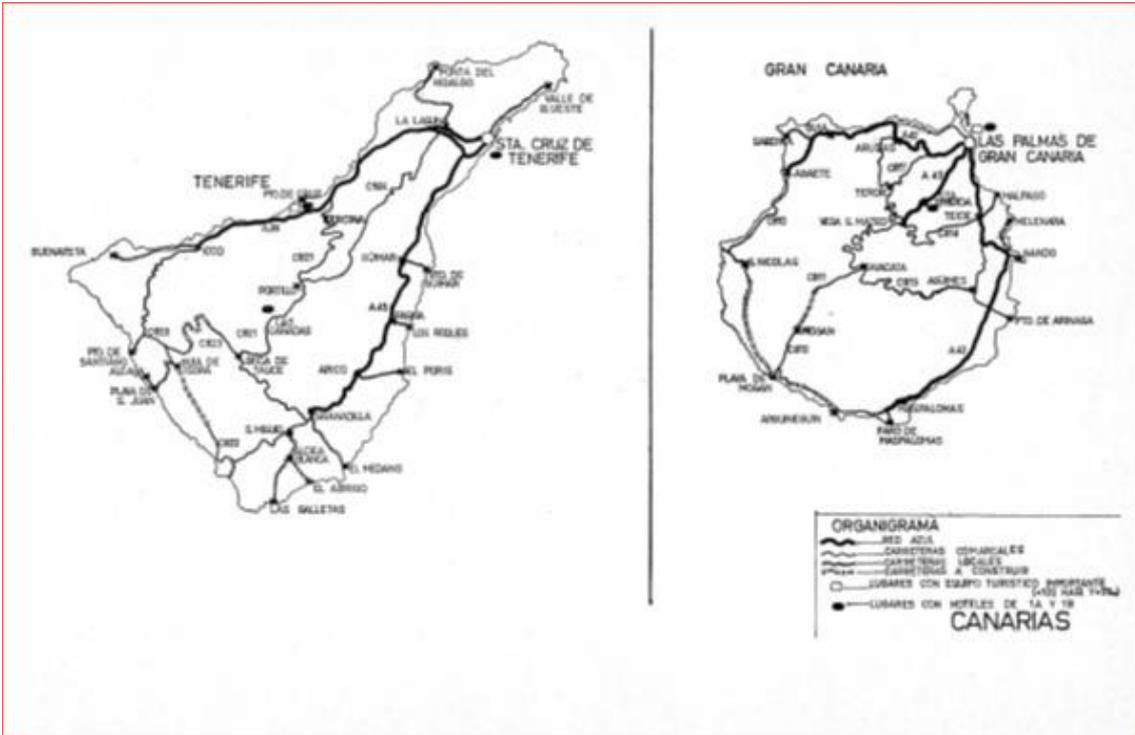
Todos estos problemas del tratamiento que debe darse a las rutas turísticas deberá ser objeto de consideración y estudio posterior, por lo que, en el momento actual, lo único que interesa dejar sentado es la absoluta necesidad de tener en cuenta tales circunstancias.













Anexo III. Aeropuertos turísticos

A.3.0 El tráfico aéreo de carácter turístico

Los avances tecnológicos de nuestra época en materia de transportes se han acusado fundamentalmente en el transporte aéreo, que ha alcanzado una extensión, seguridad y rapidez difícilmente previsible para la generación anterior. No es por ello extraño que el avión sea hoy el medio preferido para el transporte a grandes distancias, especialmente cuando el factor tiempo ofrece una elevada valoración para quien viaja.

Ambas circunstancias son inherentes a gran parte del tráfico turístico, donde se da una estimable separación geográfica entre los mercados

de oferta y demanda, o sea entre las zonas que atraen el turismo y aquellas otras que lo generan; es decir, las de residencia de población de alto nivel de renta. Igualmente, la alta valoración otorgada a la posibilidad de reducir el tiempo de viaje es característica de una parte importante del turismo contemporáneo, en especial del tipo vacacional, que busca al mismo tiempo una permanencia lo más prolongada posible en el lugar elegido para su residencia temporal.

El tráfico turístico presenta, por consiguiente, claros elementos de diferenciación con relación al tráfico aéreo general. Entre ellos cabe destacar:

- a) Es fundamentalmente un tráfico a gran distancia.
- b) Se dirige a zonas de acusada especulación turística.
- c) Valora en alto grado la rapidez en el tiempo total de viaje y la comodidad del mismo.
- d) Entre los usuarios predominan los turistas de elevada propensión al gasto.

Por todo ello, junto al tráfico aéreo tradicional, enlazando grandes ciudades con importantes relaciones comerciales y sociales, aparece con fuerza creciente una demanda específica de transporte desde los núcleos urbanos más densos hacia zonas favorecidas por sus atractivos turísticos. Esta demanda de viaje es puramente una resultante de la necesidad de trasladarse para disfrutar de dichos atractivos y el viaje es, por tanto, algo ineludible que por sí mismo no produce satisfacción, sino que constituye un sacrificio.

La ventaja del avión sobre otros medios de transporte radica fundamentalmente en su mayor velocidad. Pero ésta no puede ser computada únicamente por el tiempo de vuelo, sino que el usuario integra con el mismo los tiempos de preparación y resolución; es decir, los empleados en el transporte colector, desde su domicilio al

aeropuerto de salida, y el difusor, desde el de llegada hasta su nuevo lugar de residencia, además de los tiempos de espera intermedios en ambos aeropuertos y terminales.

Por esta razón se comprende la escasa utilidad del avión para transportes a pequeña distancia cuando ha de competir con el ferrocarril o la carretera. No es posible señalar un límite seguro como distancia mínima a partir de la cual el avión ofrece ventaja sustancial sobre el transporte terrestre, pero, en términos aproximativos, no parece desacertado establecerlo a unos 300 kilómetros, cuando la red de carretera es adecuada y el servicio ferroviario es eficiente. Así, en España resulta altamente improbable que el avión pueda competir para un trayecto tal como el de Madrid-Zaragoza y, sin embargo, sí hace competencia a los otros medios en el tráfico Madrid- Barcelona y aun en el Madrid-Valencia.

En lo que respecta a la zona de influencia de un aeropuerto como colector o como difusor del tráfico, su extensión es muy variable y depende fundamentalmente de la distancia total del viaje y de la existencia o inexistencia de adecuados servicios. Una vez sobrepasado el límite mínimo antes indicado, se admite comúnmente que un transporte colector o difusor que dure más de una hora deja de tener carácter de complementario del transporte aéreo para constituir —al menos desde el punto de vista subjetivo— una etapa adicional en su viaje difícil y complejo.

Por ello se admite que desde el punto de vista turístico la zona de influencia óptima de un aeropuerto viene dada aproximadamente por un círculo de 50 kilómetros de radio con centro en el mismo. Toda ampliación de esta área eleva más que proporcionalmente la sensación de sacrificio que el viaje supone para el turista, sensación

tanto más importante cuanto el transporte complementario se realiza en sentido contrario al del desplazamiento principal.

Por la misma razón de elevada valoración del tiempo de viaje, el turista recibe con desagrado —salvo en el caso de muy lejanos desplazamientos— la necesidad de efectuar transbordos, siempre aleatorios por la inseguridad de los enlaces. Este aspecto es importante por cuanto limita el campo de aplicación general de una ruptura de transporte que, en vez de vuelo directa hasta la zona turística, haga precisa la utilización sucesiva de líneas distintas.

A.3.1 El caso español

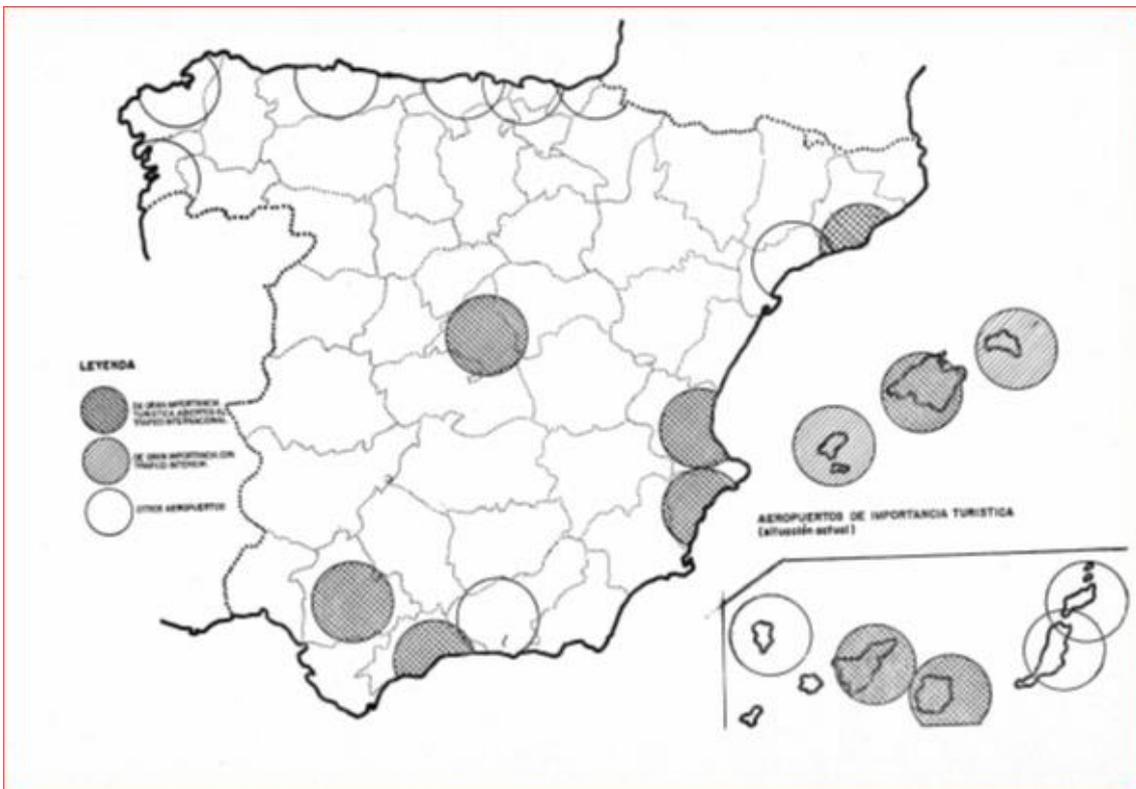
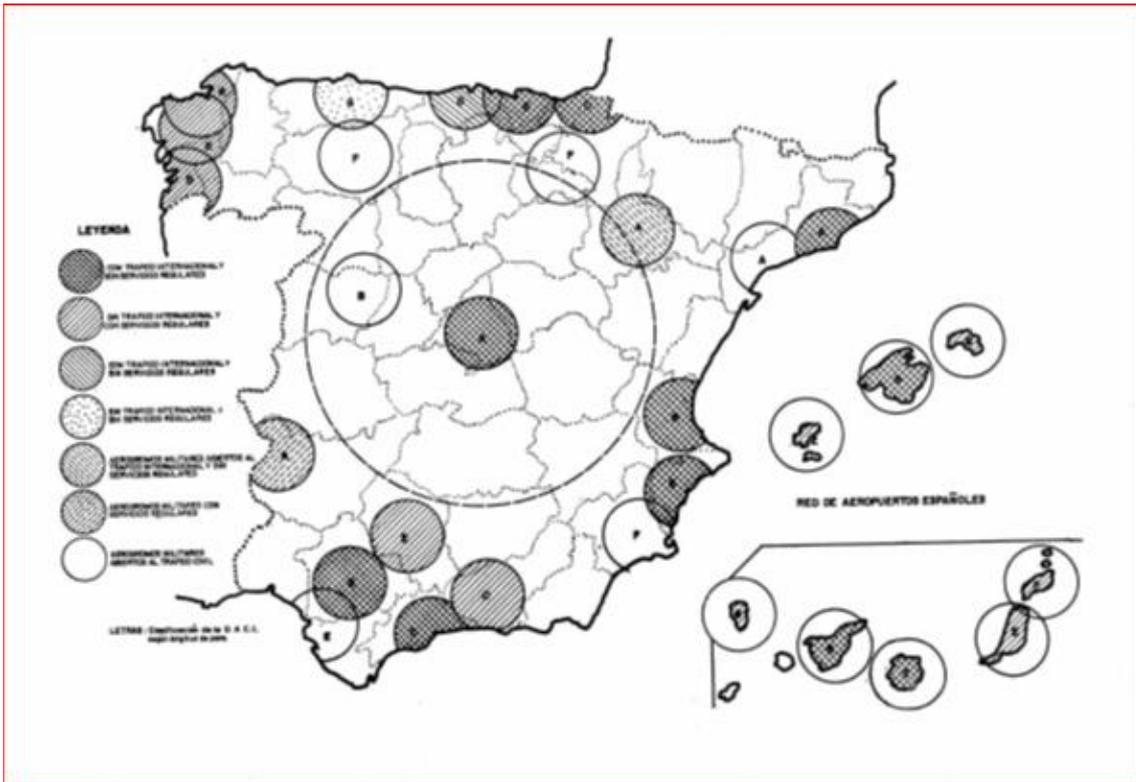
La distribución espacial de la capacidad de alojamiento turístico dentro de la geografía española pone de manifiesto, una vez más, nuestra estructura periférica. Salvo el núcleo central de Madrid —capital administrativa e importante núcleo industrial y comercial, que impone al tráfico no turístico una estructura preferentemente radial—, es sobre las costas, y en especial sobre las mediterráneas, donde se halla la parte más importante del equipo receptivo.

El gráfico 1 que se acompaña expresa con claridad tal circunstancia a partir del número de plazas existentes en la industria hotelera y en apartamentos. Para la primera se han computado sólo los hoteles y las pensiones de lujo y 1ª, por cuanto las de inferior categoría no son generalmente utilizadas por los turistas que viajan en avión.

Es de interés la diferenciación establecida entre hotelería y apartamento, por cuanto estos últimos son preferentemente utilizados por el turismo residente, es decir, el vacacional. Este tipo de turismo es, sin lugar a dudas, el principal cliente del transporte aéreo, por cuanto para él, como hemos dicho, el viaje es tan sólo un medio de «llegar».

Una diferenciación entre turistas nacionales y extranjeros, a escala provisional, y más aún un análisis por nacionalidades, permitiría profundizar en las ventajas comparativas del transporte aéreo. La falta de estadísticas adecuadas no hace posible alcanzar una mayor precisión de la ofrecida en las presentes notas.







Sin embargo, una primera comparación entre la localización de los alojamientos turísticos y la red de aeropuertos españoles, reflejada en el gráfico 2, permite ya una primera diferenciación sobre los aeropuertos de carácter turístico. En todas las provincias interiores lo reducido del equipo existente y la inadecuación de las mismas a los objetivos principales de la actual demanda confirma que sus aeropuertos, salvo el de Madrid, tienen y tendrán en el futuro muy escasa utilización, tanto por el turismo como por el tráfico general.

El resto de los aeropuertos turísticos se sitúa sobre el litoral peninsular y las islas Baleares y Canarias, tal como indica el gráfico 3. No figuran entre los mismos los de Murcia y Santiago; el primero, por tratarse de un aeropuerto militar de difícil utilización por el tráfico civil, y el segundo, por cuanto por pura localización resultan turísticamente más ventajosos los emplazamientos de La Coruña y Vigo.

En primer lugar cabe afirmar rotundamente que para la explotación turística de los territorios insulares es fundamental la existencia de un aeropuerto y que, a igualdad de atractivos, el desarrollo del turismo es más rápido cuando el aeropuerto está abierto al tráfico internacional. Sólo en el caso de Canarias, por su alejamiento de los centros europeos generadores de turismo, no resulta tan urgente el que los aeropuertos de las islas menores tengan carácter internacional, aunque ello supondría —mientras se mantenga la actual situación— una clara ventaja comparativa para Tenerife y Gran Canaria. En las Baleares, la isla de Mallorca mantendrá y ampliará su preponderancia si el tráfico del extranjero hacia Menorca e Ibiza sigue precisando el transbordo y la utilización de líneas interiores. La ventaja de los vuelos «charter» supone un «hándicap» sumamente importante.

Si se relaciona el número de viajeros en avión y el total de alojamientos turísticos se obtienen para 1963 los índices que refleja el gráfico 4, en el que para La Coruña se ha contabilizado el tráfico de los dos aeropuertos provinciales. La distinta incidencia del tráfico no turístico hace que el campo de variación de dichos índices sea importante. Intervienen, además, como factores incidentes la distinta composición del turismo de cada zona por lugares de origen de los turistas y la categoría de los aeropuertos en cuanto al tráfico que puede utilizarlos.

A.3.2 Análisis desde el punto de vista turístico

La comparación de los gráficos 1 y 3 permite ya apreciar las siguientes circunstancias:

- a) La provincia de Gerona tiene potencialidad turística suficiente para hacer rentable un aeropuerto turístico, siempre que el mismo tuviere carácter internacional. El aeropuerto de Barcelona no

satisface las necesidades de la Costa Brava, por ser exterior al trayecto directo de unión con los puntos de origen de las principales corrientes turísticas de llegada y estar a distancia mayor del límite de influencia antes definido. Cabe estimar que de haber existido en 1963 un aeropuerto adecuado habría tenido un tráfico del orden de los 210.000 viajeros, con escasa repercusión negativa sobre el de Barcelona, por cuanto el utilizado preferentemente por el turismo extranjero es el de Perpignan, en Francia.

- b) También será beneficiosa para Tarragona la apertura del aeropuerto de Reus al tráfico internacional. La gran cantidad de apartamentos construidos en los últimos años refleja la importancia absoluta y relativa del turismo «residente». Sin embargo, el aeropuerto de Barcelona puede prestar un servicio aceptable por su ubicación «interior» al trayecto directo de llegada y hallarse a distancia inferior a los 100 kilómetros. En condiciones normales, Reus podría haber alcanzado un tráfico de casi 200.000 viajeros en 1963.
- c) El aeropuerto de Valencia ofrece gran interés turístico por la misma razón de importancia absoluta y relativa de los alojamientos de «residencia». La distancia a Madrid, próxima al límite mínimo de concurrencia, hace, sin embargo, su tráfico más dependiente del turismo extranjero.
- d) Las inadecuadas características del aeropuerto de Alicante hacen que sea prácticamente inexistente a efectos turísticos. Una estimación del posible volumen de tráfico «en condiciones normales» para el pasado año lleva a valorar éste en unos 150.000 viajeros.
- e) En toda la costa entre Alicante y Málaga no existe aeropuerto para el tráfico turístico. La zona de influencia del aeropuerto granadino no alcanza prácticamente a la costa, dadas las características orográficas provinciales. Por otra parte, las difíciles

comunicaciones terrestres con Almería han impedido hasta el presente que llegue a esta provincia la «onda» turística, pese a sus favorables condiciones para la atracción de la demanda. Resulta, por tanto, del mayor interés disponer en Almería de un aeropuerto abierto —a ser posible— al tráfico internacional, lo que permitiría el lanzamiento de una zona con magníficas posibilidades para un turismo de descanso y deportivo. Sin perjuicio de tal planteamiento, la posible utilización del aeropuerto de San Javier, en Murcia, con fines turísticos debe ser estudiada y hecha realidad si las inversiones precisas para ello son reducidas.

- f) El aeropuerto de Málaga es el más típicamente turístico de todos los aeropuertos peninsulares. Su adecuación al tráfico creciente se halla programada en el Plan de Desarrollo.
- g) En la costa suratlántica el caso de Huelva es bastante similar al de Almería, aunque con la ventaja de tener a unos 100 kilómetros el aeropuerto de Sevilla. En condiciones normales, de haber existido un aeropuerto, su tráfico en 1963 podría haber sido de 30.000 viajeros, de acuerdo con el volumen de alojamiento existente y la importancia de los apartamentos.
- h) Los aeropuertos de Ibiza y Menorca ofrecen gran importancia turística. En especial, las malas condiciones del de Mahón han impedido el desarrollo turístico de la isla. Como quiera que el de Ibiza se halla ya programado como preferente en el Plan de Desarrollo, sólo sigue subsistente el problema de Menorca y la posibilidad de abrir ambas islas al tráfico internacional.
- i) En las islas Canarias, aparte del aeropuerto de Tenerife —para el que el Plan de Desarrollo establece la posibilidad de un nuevo emplazamiento—, el problema fundamental no es otro que el de abrir con mayor intensidad al turismo las islas menores. Dado que en la isla de La Palma resulta prácticamente imposible adecuar el actual aeropuerto a las características de los nuevos aviones

comerciales —por lo que se piensa en su transformación en helipuerto—, es Lanzarote la que ofrece más clara disposición para un aprovechamiento turístico, no por su actual capacidad de alojamiento, sino por el importante tráfico de tipo «excursionista», que ha llegado a superar en 1963 la cifra de 20.000 viajeros.

Anexo IV. Puertos turísticos-deportivos

A.4.0 Bases

Entre las modernas formas del turismo en masa, va adquiriendo cada día una mayor importancia, tanto en términos absolutos como relativos, la utilización de pequeñas embarcaciones de recreo y de tipo deportivo, cuyo número empieza a ser importante en los principales países de Europa occidental, sin llegar, desde luego, al grado alcanzado en este aspecto por los Estados Unidos. Cada día más el turismo de tipo vacacional utiliza para su desplazamiento, y aun para su permanencia a los lugares de estancia, embarcaciones propias o alquiladas, a las cuales se les ofrecen dos problemas distintos.

En primer lugar, y durante el período de su utilización, este turismo de navegantes, existente principalmente en el Mediterráneo, precisa de instalaciones portuarias capaces de facilitar fundamentalmente cuanto se refiera a avituallamiento de agua potable, carburantes y pertrechos.

El segundo aspecto viene señalado por la necesidad de internada de dichas embarcaciones, que aun en mares generalmente tranquilos, como el Mediterráneo, ha de hacerse forzosamente en instalaciones portuarias abrigadas de los temporales. La consideración de la casi absoluta ocupación de los pequeños puertos de la Costa Azul francesa por este tipo de embarcaciones, durante todo el período invernal, pone de manifiesto la saturación a que se ha llegado en dicha zona y, por lo tanto, la posibilidad inmediata de derivar hacia las costas españolas una parte importante del volumen creciente de embarcaciones de recreo utilizadas con fines turísticos.

El interés primordial de poder ofrecer al turista lugares de internada para sus embarcaciones deriva, fundamentalmente, no tanto de los posibles ingresos obtenidos por el servicio de guardería, manutención y ocupación de dársenas, sino, principalmente, de que fuerzan al turista, cuando menos, a iniciar y terminar su periplo vacacional en puertos de la costa española y le induce al mismo tiempo a aumentar su período de estancia dentro de nuestro territorio y, en muchos casos, a programar sus vacaciones íntegramente dentro del mismo. La novedad del fenómeno ha hecho, sin duda, que el mismo pase inadvertido y no se haya prestado la debida importancia a lo que supondría para el turismo extranjero hacia España disponer de amplias facilidades, tanto de recalada temporal como de internada, para estas embarcaciones turístico-deportivas.

A.4.1 Situación actual

La programación establecida por la Dirección General de Puertos y Señales Marítimas para los principales puertos españoles abarca el período de 1964-1980. Dicho plan de puertos, estudiado con gran detalle, trata de adecuar los puertos españoles a los futuros niveles de demanda, a cuyo efecto el estudio ha tomado en consideración las tres funciones portuarias clásicas, es decir, la pesca, el tráfico de viajeros y el tráfico de mercancía, analizando, en especial en este último, las características de dicho tráfico, tanto presentes como futuras.

A partir de las cifras de demanda, y de acuerdo con coeficientes de utilización y aprovechamiento deducidos de la experiencia propia y ajena, se establece la planificación portuaria tanto en lo referente a superficies abrigadas como a longitud de muelle y a especialización de muelles y dársenas.

No se ha considerado, sin embargo, en ningún caso, de modo autónomo, este nuevo tipo de demanda, hoy incipiente, pero que es de esperar presente un crecimiento rapidísimo en los próximos años y que, sin duda alguna, será importante en las costas mediterráneas para el año horizonte 1980. Por ello, al establecer la ordenación de los distintos puertos para 1968 y para 1980, se echa de ver la falta de consideración de las necesidades portuarias derivadas de la navegación turístico-deportiva. Sólo en diez puertos mayores la ordenación prevista para 1980 reserva algunos muelles y zonas de flotación para las embarcaciones de recreo y deporte, si bien en muchos casos en los muelles destinados para las mismas han de compartir su uso con el de los barcos de guerra, generalmente. Estos puertos son los siguientes:

- Costa mediterránea:
 - Barcelona.
 - Tarragona.
 - Castellón de la Plana.
 - Alicante.
 - Cartagena (dársena de Escombreras) y
 - Ceuta.
- Litoral cantábrico y atlántico:
 - Santander.
 - Villagarcía de Arosa.
 - Marín.
 - Vigo.

En cuanto a los puertos menores, abundantes en nuestras costas, la planificación establecida no permite deducir si los mismos ofrecen claras posibilidades de utilización turístico-deportiva, tanto en uno como en otro aspecto, es decir, en el de recalada temporal o en el de invernada.

Así nada puede afirmarse sobre las posibles facilidades portuarias para embarcaciones de turismo y recreo en zonas de tan importante explotación turística, como la Casta Brava gerundense o la misma Costa del Sol, donde, por ejemplo, en el caso de Málaga, parece existir una cierta posibilidad de adscribir a este tipo de embarcaciones el muelle número 8, que en la ordenación prevista para 1980 figura como «sin destino» concreto. Más grave es quizá el caso de nuestras islas Baleares, donde la ordenación prevista para el puerto de Palma de Mallorca no reserva espacios diferenciados para las embarcaciones de recreo que, al parecer, deberían, en todo caso, utilizar los muelles viejos y de la Lonja, destinados en el plan de ordenación al tráfico de bahía. Lo cierto es que ya en la actualidad existen muelles en dicho puerto dedicados prácticamente, de modo exclusivo, a embarcaciones deportivas y de recreo.

A.4.2 Objetivos

Dada la importancia del problema apuntado, se estima necesaria la relación de un plan de puertos turísticos-deportivos, en el cual se analicen las posibilidades de utilización turística ya existente, incluyéndose puertos típicamente turísticos de posible realización privada y se plantee la posibilidad de creación en nuestra costa mediterránea de uno o varios centros importantes de internada de yates, para lo que, en principio, pudiera pensarse en la utilización a este fin del puerto de los Alfaques, en el delta del Ebro; de la Albufera, de Valencia, y del Mar Menor, en Murcia, todos ellos en la costa peninsular mediterránea.

Anexo V. Inventario de necesidades en orden a la restauración y conservación del patrimonio artístico y monumental

A.5.0 Generalidades

En un país como el nuestro, en el que el Patrimonio Artístico tiene tan destacada importancia y significación, que puede afirmarse que, junto con Italia, constituye uno de los países europeos más destacados en este aspecto, no es menester detenerse en poner de relieve el interés que tiene su conservación y restauración no sólo por el cuantioso volumen que representa si se redujese su valor a cifras numéricas, sino, además, porque constituye una de nuestras facetas diferenciales y específicas, hasta el punto de que nuestro Patrimonio Artístico hay que ponerlo como uno de los principales factores condicionantes del turismo, cuyo volumen y proporción está adquiriendo importancia hace unos lustros insospechados.

El conservar este Patrimonio y el tenerle debidamente restaurado es fundamental, no sólo desde el punto de vista cultural, sino desde el económico también, ya que, de un lado, somos responsables ante el mundo de su conservación, y de otro, no cabe duda de que es uno de los factores condicionantes de la atracción del turismo hacia nosotros.

La situación en que se encuentra nuestro Patrimonio Artístico, tanto el monumental como el mueble, es verdaderamente lamentable, sin que de ello pueda culparse a nadie más que a las circunstancias que, tras largos siglos de abandono, han obligado a atender primero a otras necesidades que se consideraban más apremiantes. Con todo hay que

proclamar que con muy pocos medios, el Servicio de Defensa del Patrimonio Artístico Nacional ha hecho una labor ejemplar, que se ha traducido en que con unos medios exigüos hayan llegado a nuestros días monumentos que, de no haberlos prestado atención, a estas fechas serían un montón de escombros.

Dada la diversidad de elementos que integran el Patrimonio Artístico y Monumental, este informe constará de dos capítulos:

- I. Conservación y restauración del Patrimonio Artístico Monumental.
- II. Museos y Patrimonio Artístico Mueble.

A.5.1 Patrimonio Artístico Monumental

Para formarse idea de las necesidades existentes en la actualidad con el Patrimonio Artístico Monumental, conviene fijar unos cuantos datos:

Monumentos nacionales existentes (de los cuales 46 son ciudades, conjuntos monumentales y paisajes pintorescos, y 128, museos)	1.478
Castillos protegidos por Decreto de 1-3-62	2.158

Hasta el año 1962, para atender a la conservación de este Patrimonio, se ha dispuesto de las siguientes cantidades:

	Pesetas
Para monumentos nacionales	13.000.000
Para conjuntos monumentales	3.500.000
Para conservación de los castillos	1.850.000

Lo que significa que correspondía anualmente a cada Monumento:

Pesetas

Nacional	9.798
A cada castillo	922
A cada conjunto monumental	92.105

En el año 1962, el Gobierno, dándose cuenta de lo que su Patrimonio Artístico significa, consignó en sus Presupuestos la cantidad de:

- 50.000.000 pesetas para conservación y restauración de monumentos.
- 3.500.000 pesetas para ciudades monumentales.
- 2.000.000 pesetas para conservación de castillos.
- 4.909.000 pesetas para restauración de obras de arte, Arqueología y Etnología.

Con las citadas consignaciones se ha podido acudir a consolidar y restaurar lo más urgente y atender a los problemas que cada día surgen, pero a pesar de que representa un notorio aumento con la situación anterior, sin embargo, no es posible con sólo estos medios acudir con la rapidez deseable y necesaria a la restauración de muchos de nuestros monumentos.

Para hacer frente a esta necesidad se ha redactado por el Servicio de Defensa del Patrimonio Artístico Nacional, de la Dirección General de Bellas Artes, un plan extraordinario, en el cual se ha tenido en cuenta especialmente la urgencia de acudir a la restauración del monumento para evitar su ruina y también la ubicación de éste en relación con las zonas más frecuentadas del turismo, la posibilidad de ser utilizado en fines prácticos e, inclusive, las condiciones económicas de cada provincia, a fin de que las inversiones resulten repartidas lo más razonablemente posible.

Resultado del estudio realizado son las siguientes cifras globales:

a) Monumentos Nacionales

	Número de monumentos por provincias	Coste total de las obras a realizar en los monumentos que más urge atender
<i>Zona 1ª</i>		
Asturias	43	55.000.000
León	37	67.400.000
La Coruña	22	56.120.000
Lugo	19	35.800.000
Orense	30	44.000.000
Pontevedra	22	33.000.000
Zamora	35	52.160.000
Número total de Monumentos	208	343.480.000
<i>Zona 2ª</i>		
Ávila	26	68.380.000
Burgos	48	96.755.134
Palencia	35	51.710.000
Salamanca	46	59.880.000
Santander	22	14.800.000
Segovia	43	34.780.000
Soria	26	36.960.000
Valladolid	47	59.680.000
Número total de Monumentos	293	422 945.134
<i>Zona 3ª</i>		
Navarra	29	125.300.000
Zaragoza	59	44.500.000
Huesca	35	44.500.000
Teruel	22	46.900.000
Logroño	13	54.200.000
Álava	9	36.400.000
Vizcaya	11	13.100.000
Guipúzcoa	12	15.000.000
Número total de Monumentos	190	335.400.000
<i>Zona 4ª</i>		
Alicante	18	17.000.000
Baleares	45	27.000.000
Barcelona	70	38.100.000
Tarragona	26	58 000.000
Lérida	29	54.100.000
Gerona	51	26.466.000
Valencia	42	31.900.000
Castellón de la Plana	15	16.200.000
Número total de Monumentos	296	268.766.000
<i>Zona 5ª</i>		
Albacete	8	15.400.000
Cáceres	30	35.920.000
Ciudad Real	9	15.270.000
Cuenca	7	24 200 000
Guadalajara	29	25.000.000
Madrid	51	27.620.000
Toledo	55	47.002.000
Número total de Monumentos	189	190.412.000

	Número de monumentos por provincias	Coste total de las obras a realizar en los monumentos que más urge atender
<i>Zona 6ª</i>		
Badajoz	18	31.924.000
Cádiz	28	30.142.000
Córdoba	32	67.024.000
Huelva	13	21.834.000
Canarias	9	12.872.000
Sevilla	55	37.570.000
Número total de Monumentos	147	202.926.000
<i>Zona 7ª</i>		
Jaén	33	36.600.000
Granada	55	77.700.000
Málaga	26	30.000.000
Almería	10	27.000.000
Melilla	1	9.026.000
Murcia	22	22.600.000
Número total de Monumentos	147	202.926.000

b) Conjuntos y Ciudades Monumentales

No cabe duda que ciudades como Toledo, Segovia, Ávila, Santiago, Pontevedra, Salamanca, Granada, Córdoba, Cáceres, Guadalupe, Sevilla, Niebla, Úbeda, Baeza, Mérida, Carmona, Trujillo, Itálica, Tarragona, Ampurias, etcétera, constituyen centros de atracción turística de singular calidad; de aquí que se tenga planteada la necesidad de ejercer una actuación sobre estos conjuntos que permita poner en valor cuanto antes todos los elementos que contribuyen a darles fisonomía peculiar y que sean motivo de atracción turística:

	Pesetas
<i>Zona 1ª</i> Obras en los conjuntos monumentales de Santiago, León, Zamora, Pontevedra, Oviedo, Avilés, Orense, Ribadavia, Vigo y Puerto Marín	120.000.000
<i>Zona 2ª</i> Obras en los conjuntos monumentales de Salamanca, Segovia, Santillana, Calatafiazor, Sepúlveda, Pedraza de la Sierra, La Alberca y Ciudad Rodrigo	160.000.000
<i>Zona 3ª</i> Obras en los conjuntos monumentales de Albarracín, Nuévalos y Estalla	12.000.000
<i>Zona 4ª</i> Obras en los conjuntos monumentales de Montblanch, Ciurana, Comarca del Pallarés, Rosas, Besalú, Cornudella, Bañolas, Cadaqués y Olot.	52.000.000
<i>Zona 5ª</i> Obras de conservación en los conjuntos monumentales de Toledo, Cáceres, Guadalupe, Trujillo, Atienza, Cuacos, Plasencia y Córdoba	200.000.000
<i>Zona 6ª</i> Obras de conservación en los conjuntos monumentales de Santiponce, Arcos de la Frontera y Cabra	24.000.000
<i>Zona 7ª</i> Obras de conservación en los conjuntos monumentales de Granada, Baeza, Úbeda y Segura de la Sierra	100.000.000
Total	668.000.000

c) Conjuntos Histórico-Arqueológicos

En España poseemos una serie de conjuntos histórico-arqueológicos que, puestos en valor y debidamente restaurados, pueden ser centros importantes de estudio y motivo de atracción de turismo de primera calidad; pero antes de hacer propaganda para llamar la atención sobre ellos es preciso ponerlos en condiciones de poder ser visitados y de que resulten atractivos. En la actualidad, entre estos conjuntos de monumentos, convendría atender a los siguientes:

Medina Azahara (Córdoba), Itálica, Mérida,
Numancia, Tarragona, Ampurias y Clunia 224.000.000

d) Castillos

Hasta la fecha están catalogados 2.158 castillos, que constituyen hitos permanentes de historia, extendidos por todo el país. No se puede pretender, naturalmente, restaurar en unos pocos años todos los castillos de España, pero sí queremos aspirar a consolidar cuantos se pueda y a restaurar a fondo aquellos que sean susceptibles de utilización como paradores de turismo, escuelas profesionales, asilos, etc. En los próximos años sería deseable poder realizar obras de restauración y consolidación en unos 200 castillos, si no queremos que varios de ellos se conviertan en ruinas irreparables. La cantidad necesaria para cubrir estas necesidades se cifra en 480.000.000

e) Camino de Santiago

Por reciente Decreto se ha declarado Monumento Nacional al Camino de Santiago. Aunque la restauración de los principales Monumentos que hay a lo largo de los Caminos de Santiago está ya prevista en el plan de las correspondientes provincias, quedan sin incluir buen número de pequeños monumentos que forman parte integrante del Camino y le dan 40.000.000

carácter. Para atender a la conservación de estos monumentos, se precisa la cantidad de

A.5.2 Museos

Los Museos, junto con los Monumentos, son también factor condicionante del turismo. Sin necesidad de acudir a estadísticas comparativas, basta con señalar que en el año 1959 se registraron 2.883.962 entradas en los Museos Nacionales, lo que, sin representar una cifra óptima, es, sin embargo, significativa de que sobre ser estos Centros los guardadores de gran parte del Patrimonio Artístico Nacional despiertan un interés creciente entre visitantes y estudiosos.

En la actualidad el panorama que presenta gran parte de nuestros Museos, a pesar de los avances que se ha dado en los últimos veinticinco años en lo que a instalaciones se refiere, está muy lejos de ser el deseable, pues si bien es verdad que hay varios que pueden ponerse como modelo, hay muchos cuyas instalaciones están muy por bajo del nivel que debieran tener.

De los 202 Museos que actualmente hay registrados, 71 son de fundación estatal, 73 pertenecen a Corporaciones Municipales o Provinciales, 44 son eclesiásticos y 14 particulares.

En el inventario de necesidades que sigue, únicamente se hará referencia a los Museos del Estado.

MUSEOS NACIONALES

Son nueve: el de Pintura y Escultura del Prado, el de Arqueología, el de Arte Moderno, el de Arte Contemporáneo, el de Arquitectura, el de

Artes Decorativas, el de Etnología, el de Escultura Policromada de Valladolid y el de Cerámica en Valencia.

La situación en que se encuentran estos Museos y las necesidades que deben ser atendidas en ellos son las siguientes:

	Obras	Instalaciones
<p><i>Museo del Prado.</i> A fin de hacer incombustibles sus salas, se vienen realizando desde hace años las obras necesarias. En la actualidad la mitad del edificio tiene todavía el piso de tarima y sus instalaciones, tanto eléctricas como de agua, no están a la altura de la importancia de las colecciones que allí se guardan. Para convertir en incombustible la totalidad del Museo y para reponer sus instalaciones se necesitan</p>	50.000.000	8.000.000
<p><i>Museo Nacional de Arqueología.</i> Gran parte de las valiosas colecciones de este Museo están almacenadas en el sótano por falta de espacio. Este se podría conseguir fácilmente dividiendo en dos plantas las actuales crujías, que son excesivamente altas. Con ello se ganaría espacio para exponer todas las colecciones de prehistoria españolas, riquísimas y fundamentales para el estudio de la evolución de nuestra cultura. Las obras necesarias para duplicar la actual capacidad del Museo e instalar las colecciones ascendería a</p>	25.000.000	6.000.000
<p><i>Museo Nacional de Arte Moderno.</i> Actualmente ocupa parte de la planta alta del edificio de la Biblioteca Nacional. Su capacidad es insuficiente e impide la ampliación de la Biblioteca Nacional; con todo, su traslado no ofrece los caracteres de urgencia que presentan otros centros de índole análoga. De momento sería suficiente renovar sus instalaciones y hacer incombustible el piso</p>	4.000.000	1.000.000
<p><i>Museo Nacional de Arte Contemporáneo.</i> Su capacidad es totalmente insuficiente y mucho más tratándose de un Museo vivo que, dada la alta calidad del arte español contemporáneo, está en constante aumento. Estas circunstancias plantean la necesidad de hacer un edificio de nueva planta, de no adscribirse para cubrir esta necesidad algunos de los inmuebles propiedad del Estado que actualmente hay en Madrid, y concretamente los de la antigua Fábrica de la Moneda, en cuyos edificios, sin gran costo de adaptación, quedarían debidamente instalados el Museo Nacional de Arte Moderno, el de Arte Contemporáneo y el Nacional de Escultura, próximo a crearse. De no aplicarse los edificios señalados, es necesario construir un edificio para albergar las colecciones del Museo de Arte Contemporáneo, cuyo presupuesto de obras e instalaciones asciende a</p>	20.000.000	2.000.000

	Obras	Instalaciones
<p><i>Museo Nacional de Arquitectura.</i> Actualmente está instalado en la Escuela Superior de Arquitectura, en espera de ser instalado con carácter definitivo en el edificio que se está construyendo en la Ciudad Universitaria para Museo de Reproducciones Artísticas, por lo que únicamente hay que prever los gastos de instalaciones, que ascenderán a</p>		1.500.000
<p><i>Museo de Artes Decorativas.</i> Está bien instalado y tan sólo hace falta saber su cimentación, hacer obras de reparación de cubiertas y renovar algunas instalaciones, lo que está cifrado en</p>	1.200.000	500.000
<p><i>Museo Nacional de Etnología</i> Las obras necesarias para la instalación de este Museo están a punto de terminarse en el edificio ocupado antiguamente por el Museo Antropológico. La instalación de sus colecciones está presupuestada en</p>		2.000.000
<p><i>Museo Nacional de Escultura de Valladolid.</i> Este Museo está bien instalado y sólo necesita obras de conservación y la renovación de sus instalaciones eléctricas, cuyo presupuesto asciende a</p>		750.000
<p><i>Museo Nacional de Cerámica de Valencia.</i> El Estado, el Ayuntamiento y la Diputación de Valencia han adquirido recientemente una finca contigua al Palacio del Marqués de Dos Aguas y lo han donado al Estado en su totalidad, para ampliar este Museo, único en su clase. Las obras proyectadas y las instalaciones necesarias ascienden a</p>	6.800.000	2.000.000
<p><i>Otros Museos.</i> Entre los Museos que no tienen categoría de Nacional pueden establecerse dos grupos, teniendo en cuenta la categoría e importancia de sus colecciones y su localización. En el grupo primero habría que colocar a los siguientes:</p>		
<p>Madrid</p>		
<p><i>Museo de América.</i> Fundamental desde el punto de vista de las relaciones con el Mundo Hispánico. El edificio para albergar este Museo, que consta de colecciones importantes, está en estado de construcción avanzada. Para terminarlo y para hacer la instalación se han presupuestado</p>	8.000.000	2.000.000

	Obras	Instalaciones
<p><i>Museo del Pueblo Español.</i> Posee la colección más importante de trajes de corte y regionales, además de otras valiosas colecciones representativas de nuestras costumbres y manera de vivir en pasadas épocas. Se alberga en el que fue Palacio de Godoy, en el que recientemente se han hecho importantes obras de conservación, faltando únicamente por instalar las colecciones, cuya instalación se ha cifrado en</p>		1.000.000
<p><i>Museo Cerralbo.</i> Las importantes colecciones que integran este Museo fueron donadas al Estado español por el marqués de Cerralbo, junto con el palacete donde se guardan. Es una de las mansiones madrileñas que mejor conservan el carácter de lo que fue una casa-palacio madrileña a fines del siglo XIX. Las obras que es preciso realizar para asegurar su conservación y mejorar sus instalaciones ascienden a</p>	2.800.000	600.000
<p><i>Museo de Ibiza.</i> Se guardan en él importantes colecciones, púnicas principalmente, que le hacen uno de los más importantes del Mediterráneo en su clase, las cuales aumentan sin cesar. El actual edificio es insuficiente, por lo cual en 1935 se proyectó uno de nueva planta, cuya construcción quedó interrumpida. Para terminar el edificio comenzado e instalar las colecciones de este Museo, enclavado en una zona turística de primera categoría, se han presupuestado</p>	6.000.000	1.000.000
Badajoz		
<p><i>Museo de Mérida.</i> Es uno de los Museos monográficos más importantes de España, cuyas colecciones están creciendo cada día. Actualmente, más que un Museo es un gran almacén de piezas de primera calidad. Es de toda necesidad construir un edificio para albergar estas importantes colecciones, y para ello se han presupuestado</p>	12.000.000	2.000.000
Cádiz		
<p><i>Museo de Bellas Artes.</i> En este museo, que guarda una de las mejores colecciones de cuadros de Zurbarán, se están llevando a cabo obras de importancia, siendo necesario, cuando se terminen, renovar sus instalaciones, para lo que se ha previsto un gasto de</p>		500.000

	Obras	Instalaciones
<p><i>Museo de Arqueología.</i> Se conservan en este museo valiosas colecciones fenicias y púnicas, y dada la riqueza arqueológica de aquella región, sus fondos aumentan constantemente. Se han realizado obras de adaptación del edificio, pero es necesario ampliar sus salas e instalar todas sus colecciones, para lo que se han presupuestado</p>	2.500.000	1.000.000
<p>Gerona</p> <p><i>Museo de Bellas Artes y de Arqueología.</i> En la iglesia románica de San Pedro de Galligáns se están realizando importantes obras de restauración que permitirán instalar decorosamente el museo. Para la debida presentación de las colecciones se han presupuestado</p>		1.200.000
<p>Huesca</p> <p><i>Museo de Bellas Artes y de Arqueología.</i> Posee una valiosa colección, especialmente de Primitivos Aragoneses. Actualmente, está mal instalado, y esta situación quedaría remediada haciendo obras de adaptación en el edificio de la antigua Universidad, que comunica con la estancia donde la tradición sitúa la leyenda de «La campana de Huesca» y con el palacio románico de Doña Petronila. Las obras de adaptación y de instalación están presupuestadas en</p>	5.500.000	1.000.000