

1 Experiencias del turismo en la provincia.

2 Sugerencias para incrementar el turismo.

3 Necesidades imprescindibles para el turismo.

D. José M.^a Cernuda-Calleja

**Delegado Provincial
del Ministerio de Información y Turismo**

1 Diez años de recepción turística masiva, que hacen de Gerona una de las tres provincias fundamentales —con Baleares y Málaga— entre las calificadas como turísticas en España, permiten ya poder hablar con conocimiento de causa sobre problemas y realidades del turismo. Este año de 1963 se ha producido un hecho nuevo. La aparición en España de gran número de provincias —y

serán más cada año— que se incorporan a las calificadas como de gran receptibilidad: Barcelona, Castellón, Valencia, Alicante, Murcia, Granada, Cádiz y Huelva (estoy hablando de zonas importantes de la provincia, independientemente de sus capitales, muchas de ellas tradicionalmente consideradas objetivo turístico) entre las de la costa mediterránea o suratlántica; la Cornisa Cantábrica y las Rías Bajas entre las atlánticas; Extremadura con su Ruta de los Conquistadores, la ruta castellana de los Castillos etc., han realizado en pocos años un formidable esfuerzo de montaje de una estructura turística que ya está rin-

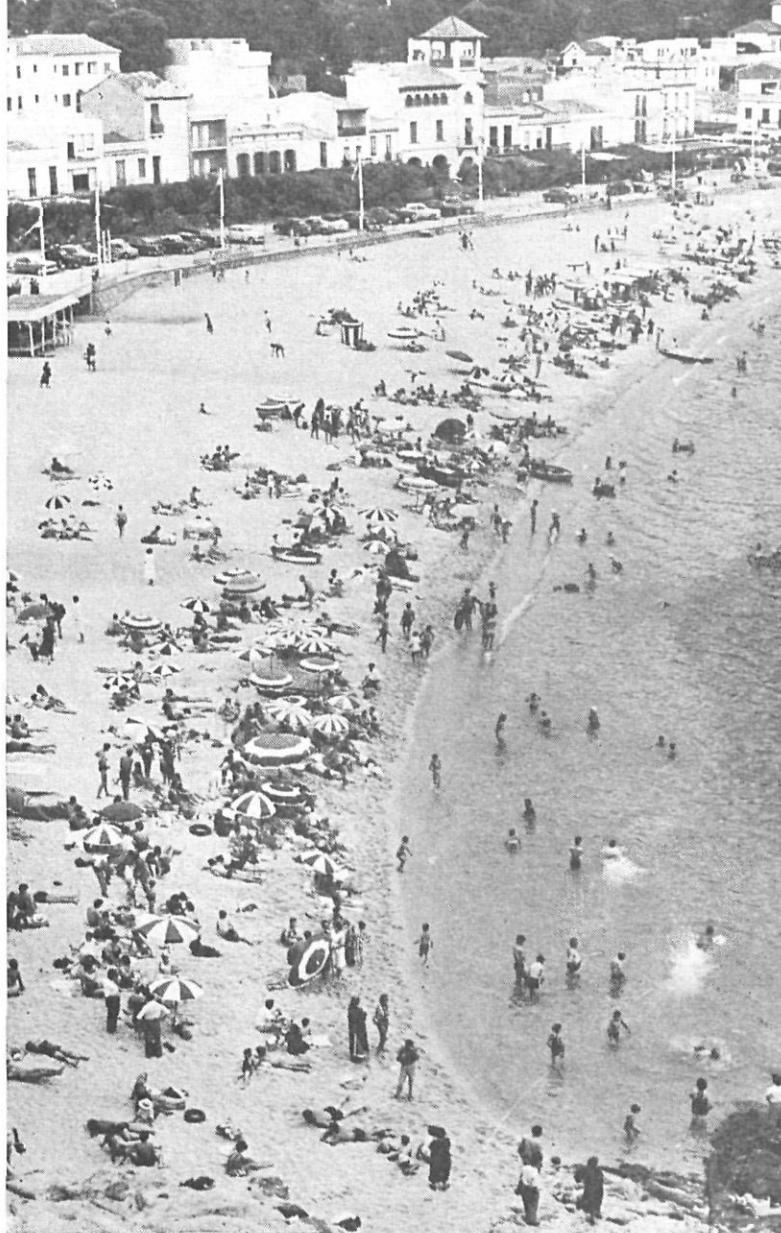


Llafranch
y Calella
de Palafrugell.

La Costa Brava fue una de las primeras invitaciones que ofreció nuestra patria al turismo internacional. La belleza y la bravura de su litoral fueron alicientes suficientes para cautivar y ganar la afluencia del turismo extranjero que ha invadido toda España. El turismo ha creado un concepto nuevo en nuestros pueblos ribereños, ha abierto y ampliado nuevas industrias, ha desarrollado una preocupación general para mantener esta fuente de ingresos y hacer más fácil y cómoda la presencia del turismo internacional. **REVISTA DE GERONA** en su encuesta de este número trata de este tema tan importante para la provincia.

riendo frutos muy apreciables en número de visitantes. Y, por ser zonas recién preparadas, disponen de una planta hotelera muy moderna.

Ante este hecho, hemos vivido en la temporada actual el fenómeno de que, pese a la entrada cada vez mayor de turistas en España, en la Costa Brava el negocio hotelero ha sido menor. Por la dispersión hacia otras zonas españolas, y por la dispersión, dentro de nuestra provincia, entre un mayor número de establecimientos hoteleros y extra-hoteleros.



Ello nos lleva a dos consecuencias: hay que incrementar gigantescamente la propaganda y hay que alargar la actual temporada. Para ello, no basta con la acción individual. Hay que planear la operación en forma conjunta, estudiándola y resolviéndola en forma conjunta, con aportación de planes y de medios materiales procedentes de todos: de la Administración y de los particulares interesados. Si se sigue con la acción individual, se dispersan los esfuerzos en "muchos pocos", representará una anarquía de planes y, como consecuencia, se perderá toda eficacia.



Acto de apertura de la II Reunión Internacional de Agentes de Viajes y Hoteleros.



El Delegado Provincial de Sindicatos pronunciando unas palabras en la última sesión de trabajo.

2 Primera y fundamental, propaganda. Pero, como antes digo, propaganda colectiva. Hay que convencerse, con la realidad, de que el gasto en propaganda de muchos pocos es más caro y menos eficaz que el de un fondo, una dirección y un plan común.

Segunda, prolongación de la temporada. No es difícil lograrla si también en esta materia se aúnan esfuerzos. No basta que un establecimiento quiera hacer el esfuerzo de permanecer abierto en primavera u otoño, si están cerrados todos los que son complementarios de él. Con tener un hotel abierto no se realiza una labor suficientemente sugestiva sobre el posible cliente, si éste no encuentra, a la vez, lugares de diversión o entretenimiento también en funcionamiento. Ni es justo que el esfuerzo, que ha de repercutir en beneficio de todos, se soporte, con los años de "lanzamiento", de pérdida, solamente por los pocos que quieran intentar mantenerse abiertos a sabiendas de que, al principio, sus pérdidas serían de gran importancia.

Tercera, montaje de entretenimientos atractivos, independientemente de los tradicionales de la playa y el sol. Piscinas cubiertas, boleras, campos de golf, salas de fiestas de invierno, locales con calefacción, etc. Siempre, con realización colectiva.

3 En cuanto al turismo de fuera de temporada, queda contestado en los párrafos anteriores. En cuanto al veraniego, hay que lograr la adecuación perfecta de nuestros

pueblos, en saneamientos, alcantarillados, servicios —teléfonos, correos, etc— alumbrado, traídas de aguas, etc.

Es indispensable atacar a fondo el problema de las carreteras. El de la mejora, en material y en amabilidad informativa, de los transportes ferroviarios y colectivos de carretera. Hay que elevar el nivel de muchos establecimientos que se están quedando desfasados con relación a las exigencias actuales. Y hay que combatir, con propaganda y con hechos, los abusos en materia de precios: y no hablo solamente, ni mucho menos, en lo que a hoteles se refiere. En definitiva, en la Costa Brava es maravilloso todo lo que Dios ha hecho; pero hay que corregir muchos defectos en la obra de los hombres.

D. Juan Carcereny

Fundador-Presidente de la Cooperativa de Hostelería y Similares de Lloret de Mar

1 Las enseñanzas obtenidas podemos desglosarlas en las peculiaridades de los grandes períodos de tiempo en que, —convenicionalmente—, dividiremos nuestra historia del turismo.

Califiquemos de prehistórica la que arranca del año 1908, "bautizo" de nuestro litoral con el nombre de Costa Brava y fine en la post-guerra europea, que fue una época que se caracterizó por una débil corriente de visitantes, principalmente animada por la Sociedad de Atracción de Forasteros, de Barce-



lona, que fundó don Manuel Ribé, Jefe de la Guardia Urbana y de Ceremonial de dicho Ayuntamiento. Dicho movimiento fue propulsado por la aparición de los primeros automóviles particulares que facilitaron el conocimiento de los lugares, hasta la sazón ignotos, de nuestros pueblos ribereños del mar.

A partir de 1930, empezaron a realizarse las primeras excursiones colectivas —en autocar—, desde Barcelona, para la Costa Brava; tarea complementada por las salidas especiales, del puerto barcelonés, del pequeño vapor “Virgen de África”; modalidades de desplazamiento que constituyeron el hito inicial que encaminó el turismo menestral catalán hacia nuestra zona.

Entonces, el “Centre Excursionista de Catalunya” (Club Alpí Català), fomentó, notoriamente, la visita a las comarcas de la alta montaña de la provincia de Gerona.

Finalmente, a partir de 1950, se ha producido la progresiva afluencia del turismo internacional hacia la Costa Brava, especialmente, fenómeno que constituye un “boom”. sin precedentes en la Nación, —que ha engendrado nuestra densa red hostelera. Es

nada más y nada menos que un “verdadero río de coro”, que no tan simplemente debemos velas para que no se extinga, sino que, en lo sucesivo, debemos procurar sea lo más caudaloso posible.

2 Brevemente, las condensaremos en pocas líneas: A) Construcción del Aeropuerto de Gerona. B) Ensanchamiento y mejora de firmes de las carreteras turísticamente estratégicas. C) Superación, en su grado máximo, para alcanzar, dentro de cada categoría, alojamientos perfectos, para ello basta cumplir fiel y escrupulosamente los preceptos del Decálogo del Buen Hotelero. D) Implantación de servicios turísticos —en helicópteros—, en las principales poblaciones. E) Mejoramiento de las comunicaciones terrestres: Ferrocarriles y líneas regulares de autocares. F) Mayor fluidez y eficiencia en servicios telefónicos, telegráficos y postales.



Costa Brava entre San Feliu de Guixols y Tossa.

3 Sinceramente, hemos de convenir que coinciden con las conclusiones, que como fruto de experimentada deliberación de la II Reunión Internacional de Agentes de Viajes y Hoteleros, se adoptaron, hace poco, en Lloret de Mar, previa participación de expertos procedentes de más de veinte países:

A) Compenetración con las agencias de viajes para dirimir cuantos problemas puedan suscitarse en sus relaciones y tratos con la industria hotelera y similar. B) Recabar de la Dirección General de Correos y Telecomunicación la autorización, para usar, para la correspondencia de la provincia de Gerona, un matasellos, con una leyenda relativa a sus zonas de turismo. C) Pronta instalación de los proyectados centros telefónicos —automáticos— en la Capital y en los principales pueblos de la Costa Brava. D) Ampliar en Lloret y en otros lugares del litoral, la Oficina de Reservas, informativa, tanto por lo que respecta a las de largo plazo, como a disponibilidades inmediatas. E) Editar, para su distribución entre las Agencias de Viajes, un folleto en que se relacionen todas las instalaciones de turismo y datos de interés. F) Rogar a tales Agencias la divulgación de las rutas

turísticas de enlace con aquellas zonas pintorescas y monumentales, brindándoles los servicios de la Emisora de la Organización Sindical de Gerona, como elemento primordial de propaganda en la provincia. G) Solicitar de la R.E.N.F.E., estudie la aplicación del cambio de ejes, en la unidades de trenes de viajeros, para que puedan tener acceso libre en nuestro país los expresos europeos. H) Recabar la rápida construcción del Aeropuerto de Gerona, e I) Procurar hacer, cada día, más agradable la estancia del turista que nos visita, para reforzar los vínculos de amistad y comprensión entre los pueblos.

D. Manuel Bonmatí

Periodista, Presidente de la Asociación de Prensa de Gerona

1 Hasta el año 1958, el turismo internacional —el de masas— era casi desconocido en nuestras comarcas costeñas. Venían los de siempre, los habituales, los ingleses, franceses, alemanes, etc. que desde hace muchos años habían sabido captar el valor inestimable, de los bellos rincones de la Costa Brava. Junto con ellos había muchos nacionales, que tenían sus casitas de verano, sus fincas recoletas, que desde luengos años, venían cuidando con amor maternal. Así transcurrieron los años posteriores a nuestra

guerra de Liberación, pero de golpe y porrazo, llegó la película "Pandora", con la expresión multicolor de las bellezas de parte de nuestra costa y aquello determinó una explosión turística, como una verdadera riada humana. Desde aquellas fechas, tal riada no ha hecho más que aumentar, incluso, expandiéndose hacia otros bellos rincones del país.

Por tanto, la experiencia —la real y práctica— derivadas del turismo en nuestras comarcas, está por el momento, en vía de desarrollo.

Por doquier han surgido nuevos hoteles, paradores, salas de fiestas, apartamentos, etcétera es decir, toda la gama de nuevas instalaciones, que acompañan a las manifestaciones turísticas. Ha sido como una explosión, casi a lo loco, sin orden, ni concierto alguno. La experiencia —buena o mala— saldrá luego. Para unos habrá sido el clásico vello-cino de oro; para otros, la experiencia será más amarga, si no han sabido adivinar los gustos y los deseos de su clientela. Por el momento, todas las comarcas gerundenses, están en plena "experiencia" turística. Los resultados, ya se verán dentro unos años. Pero quizás, sería muy conveniente meditar sobre esta candente cuestión. Unos y otros. Los que reciben a los turistas y se benefician del turismo y la Administración, que también sale beneficiada —y tanto— de tales menesteres. Del contrario, la "experiencia" de estas invasiones turísticas, puede ser muy amarga.

2 Es difícil a estas alturas, ofrecer nuevas sugerencias para incrementar el turismo. Lo interesante es saber mantener el nivel alcanzado, supliendo las deficiencias, mejorando las instalaciones y cuidando con esmero, los distintos servicios turísticos. Por el momento, lo que basta, es mantener y mejorar lo que está en marcha.

Pero si hay que llegar a señalar detalles concretos, diremos que por parte de los hoteleros, conviene saber mimar a su clientela. Cuidar al máximo las instalaciones de sus respectivos hoteles y servir bien a los turistas. Y sobretodo, no olvidar el exponer visiblemente el cotidiano "menú". Un menú incluso gastronómico, donde los turistas —nacionales y extranjeros— sepan lo que pueden comer, a unos precios de antemano establecidos. En el extranjero, esto es lo normal y lo corriente y es lo que ahora exige el mundo. En muchos hoteles y restaurantes, se exhiben tres o cuatro "menús" a precios distintos y todos muy bien cuidados y atendidos. Esto es lo que hay que poner en práctica rápidamente, si quieren nuestros hoteleros, estar a la altura de las nuevas corrientes turísticas. Todos saldrán ganando.

En cuanto a la Administración, debe cuidar en extremo, *dos cuestiones importantes: carreteras y sanidad*. Hay que "europeizar" nuestras carreteras no solo la autopista, sino también las comarcales e incluso las vecinales. No puede hacerse turismo a base de las actuales vías de comunicación. Luego mejorar

los servicios de sanidad —aguas, alcantarillas, desagües, etc.— llevándolos al máximo de efectividad. A estas alturas, ya no se puede incrementar el turismo, sin agua, luz, baños, higiene y todo lo que sea.



Coll de la Massana. Camino de Nuria a Setcases.

En plan algo más secundario, hay que buscar la fijación del cliente, es decir ofrecerle los alicientes suficientes, durante su estancia, para que no se vaya a otros sitios o bien se convierta en el nómada turístico, que va errando de una playa a otra, de un hotel a otro, sin acabar nunca. Para ello, es preciso buscar tales alicientes, a base de festivales artísticos, deportivos, musicales e incluso y sin eufemismos, a base de Casinos. Lo interesante, el fijar el cliente y a ello hay que ir, con decisión y rapidez.

3 En la anterior pregunta, hemos señalando en términos generales lo que era imprescindible para incrementar el turismo. Pero en cuanto a las necesidades imprescindibles, vamos a señalar concretamente, tres de ellas.:

Primera: Autopistas y carreteras radiales

Segunda: Aeropuerto

Tercera: Amabilidad.

Para el primero, ya saben lo que hace falta. Una autopista de rango y eficiencia. Unas carreteras radiales, que sirvan para facilitar el desplazamiento rápido, a los distintos puntos de la Costa y de la Montaña. Y unas carreteras vecinales, en buen estado de conservación. Son elementos imprescindibles, si quiere hablarse de hacer turismo.

En cuanto al aeropuerto, no hay necesidad de añadir nuevos argumentos. Es una necesidad de todos sentido y además de orden práctico.

Empeñarse en llevar la voz contraria, son ganas de perjudicar a una región y a unas comarcas. El Aeropuerto de la Costa Brava, debe ser una realidad, cuanto antes posible. Lo demanda la gran masa turística, que nos llega de todas las partes del mundo; lo exige la nueva corriente mundial en asuntos turísticos y por último, tiene un sentido práctico, para resolver muchos problemas de acondicionamiento y traslado de viajeros.

Finalmente, todas estas necesidades imprescindibles, hay que resumirlas en una sola expresión: Amabilidad. Si para la vida normal, precisa tener muchas dotes de este género, imagínese las que se necesitan, para el ejercicio del turismo. La amabilidad debe hallarse en todas partes. En los hoteles, en los restaurantes, en las oficinas de Turismo, en los servicios de Correos y Telegramas, en las carreteras, en los Bancos, en los Ayuntamientos, en las salas de fiestas, es decir, en toda y en cada una, de las piezas sueltas, que constituyen el enorme engranaje del turismo. Es la única forma de mantener esta corriente turística, que si ha hecho la felicidad de algunos, también ha servido para elevarnos a una altura de civilización y a un nivel de vida,

enteramente "europeos".

Que bien vale la pena, de conservar y aún superar.



Bagur y su Castillo.