

AGENCIAS DE VIAJE

Por Francisco CASARES

UNO de los signos fehacientes que señalan el auge del turismo receptivo en España es la proliferación de las agencias de viaje. Como índice de una realidad, ellas presentan el valor sintomático de confirmar la satisfactoria extensión que ha alcanzado la presencia de viajeros de otros países en el nuestro y la creciente salida de españoles hacia otros rumbos. Cuando el turismo no era más que la manifestación limitada y esporádica de las gentes que acudían a visitar nuestras ciudades y en los tiempos en que apenas se practicaba el ejercicio de buscar satisfacción para la curiosidad que hace trasponer las fronteras, funcionaban un par de organizaciones con la finalidad de facilitar los desplazamientos. Ahora hay inscritas, en el correspondiente Sector del Sindicato de Hostelería, más de un centenar. Y lo que tiene más valor expresivo es que hay actividad para todas ellas.

En más de una ocasión he subrayado la eficacia de las agencias. Sirven con admirable presteza y exactitud la aspiración de quienes acuden a demandar sus prestaciones. El slogan, ya popular, «Haga usted la maleta, que lo demás lo haremos nosotros», responde a una realidad que pone de relieve la perfección con que actúan. Consejo oportuno, indicación precisa, itinerarios sugestivos, informes veraces, todos los datos que pueden interesar al que proyecta un viaje de placer, nunca se defrauda la apetencia de noticias ni la necesidad de una preparación que, individualmente, es tan costosa como difícil. En lo que atañe a los viajes colectivos, actualmente muy cultivados, los más pequeños detalles están resueltos y cuando el participante en una excursión de esa clase toma el autocar, el tren, el barco o el avión, sabe que no se ha de preocupar de nada y que aquello que se le prometió se cumplirá puntual e irrefragablemente.

Una de las singularidades que caracterizan, en general, a las agencias de viaje es la cortesía de su personal. Por desgracia, es frecuente, en la relación de tipo comercial, un desabrimiento, una especie de desgana que parecen indicar escaso interés por servir a los clientes. Falla muchas veces la idea que un popular comerciante ha puesto en circulación de que el cliente lleva razón en todos los casos. Debe tenerse en cuenta, para reafirmar el mérito, que en muchos casos el que se acerca a pedir información o requerir servicio lo hace malhumoradamente. La paciencia es una de las principales virtudes del que se ha de enfrentar con un público heterogéneo, de diversa condición, en el que la exigencia aparece como derecho inalienable. El exquisito trato para los consultantes y la prudente indulgencia para preguntas impertinentes o pretensiones absurdas son una muestra plausible del conocimiento de un quehacer que en más de una ocasión se acompaña de dificultades y contratiempos que parecen insalvables.

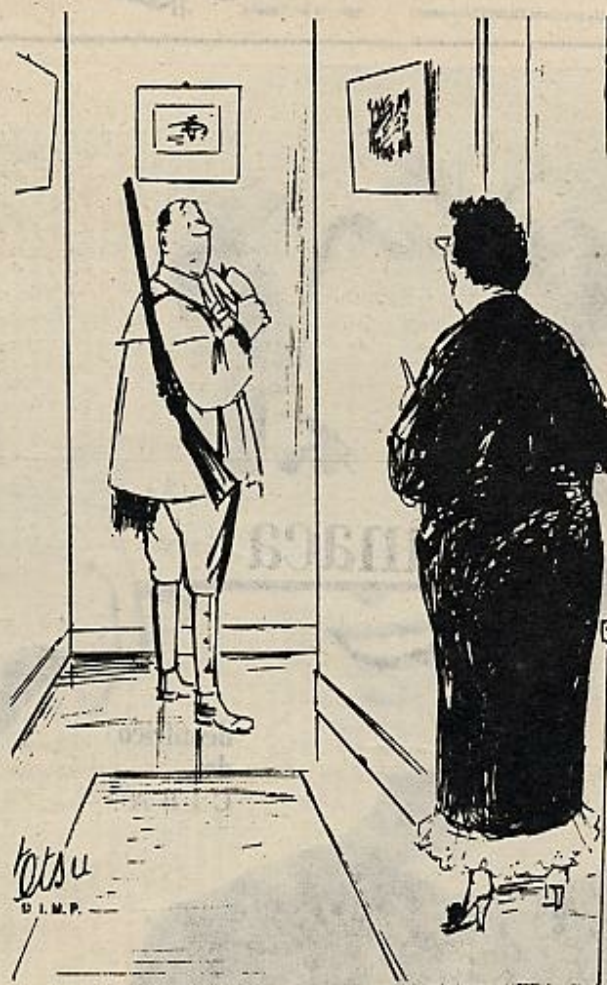
Si estos matices, realmente definidores, tienen importancia indiscutible, lo que, a mi juicio, interesa más resaltar en cuanto al funcionamiento de las organizaciones a que me vengo refiriendo, es lo que representan como testimonio de lo que el turismo ha llegado a ser. La cooperación que, para la propaganda, de todo punto inexcusable, de un país con jerarquía en el turismo internacional, significa el mecanismo de la información, reviste caracteres fundamentales. Lo demuestra el hecho de que, en servicio de las campañas que se llevan a cabo en algunas partes, contra España, hay agencias extranjeras que incurren en la falta de probidad y de ética, de sugerir desistimientos o proporcionar falsas versiones. En rigor, ello patentiza la decisiva influencia de tales organismos, pues del mismo modo se puede acreditar una eficiencia actuante para lo bueno que para lo reprochable.

El Estado viene poniendo de relieve la extraordinaria importancia que el turismo ha alcanzado. La ampliación de los órganos oficiales que tienen a su cargo la regiduría de la actividad, es comprobación evidente de la estimación que se le concede. Pero, como en todo, la iniciativa privada es elemento del que no se puede prescindir. Y, en ese sentido, las agencias representan una cooperación imprescindible. Hoy no se concibe un turismo eficiente y organizado sin esa pieza clave que es la entidad que alecciona, que organiza y que presta el esencial servicio de la orientación y de disponer los programas para los contingentes viajeros. Por la pulcritud y diligencia de lo que realizan y por su inaudable valor representativo, las agencias de viaje son, actualmente, elementos de incuestionable interés que en el complejo engranaje del turismo se han situado en emplazamiento de justificada preferencia.

TETSU



—Yo tengo un hijo que no vale para nada... Quizá pudiera dedicarse a la pintura...



—No olvides que los Martínez vienen a cenar esta noche...

FIN DE SEMANA * FIN DE SEMANA * FIN DE SEMANA * FIN DE SEMANA * FIN DE SEMANA