Evaluación de la eficiencia económica de la demanda turística extranjera (*)

Documento resumen

1. Introducción

En una época de cambios en la estructura productiva, con un sector industrial decreciente, el turismo es un sector con un potencial de crecimiento que no parece agotado.

En la coyuntura actual, caracterizada por un desempleo europeo muy importante, la industria turística, que es intensiva en mano de obra, ofrece posibilidades de crecimiento del empleo.

Es pertinente discutir la contribución del turismo a la economía del país, ya que el turismo puede estar utilizando unos recursos no renovables a corto plazo (como el paisaje, la calidad urbanística o la disponibilidad de suelo) sin rendir las compensaciones adecuadas.

El gran objetivo de este estudio es: «Determinar con cierta precisión si en el crecimiento futuro de la demanda la opción del turismo de calidad es más rentable o menos beneficiosa económica, social y ecológicamente para España que el turismo de masas». Este objetivo comporta, pues, análisis sobre proyecciones de la demanda turística *segmentada económicamente* y estimaciones sobre ingresos y gastos de estos segmentos.

Así pues, uno de los elementos básicos del estudio es el análisis de los segmentos o niveles de consumo de los flujos turísticos extranjeros hacia España, y tras la fase de búsqueda de información que hemos tenido que realizar, podemos, sorprendentemente, afirmar que todos los aspectos relacionados con los niveles de gasto de los turistas extranjeros en España son los grandes desconocidos para el sector.

Podemos, pues, asegurar que, al menos para el conjunto del país, no se tiene casi ningún dato fiable de la importancia relativa que, dentro de nuestra demanda turística extranjera, tienen los diversos segmentos socioeconómicos o de consumo turístico y, por tanto, el primer trabajo con el que se ha debido enfrentar el equipo redactor del estudio es el definir, a nivel de gasto turístico, qué es el «Turismo de calidad» y el «Turismo de masas», así como otros segmentos intermedios posibles, cuáles son los indicadores más fiables de su consumo turístico y cuáles son los criterios admisibles para su cuantificación relativa sobre el total de visitantes

(*) El estudio fue realizado por la Dirección General de Política Turística, con la colaboración de Empresa Consultora, S. A. Este estudio-resumen ha sido elaborado por la socióloga M.ª Cruz Cobisa Pérez, de la Subdirección General de Planificación y Prospectiva Turística.

y turistas extranjeros. Sólo después de este trabajo previo ha sido posible iniciar el estudio propiamente dicho, es decir, el trabajo de cálculo de previsiones de evolución de los niveles o categorías de consumo turístico establecidos, y la comparación entre las aportaciones de los individuos de cada nivel a la economía nacional.

2. Condicionantes de base e hipótesis de partida para la segmentación por niveles de consumo turístico

El primer problema se plantea, pues, al analizar las posibilidades de adopción de indicadores de los estratos de nivel de consumo turístico de nuestros visitantes extranjeros, de los cuales existe suficiente base estadística para poder elaborar previsiones de futuro, con cualquiera de las herramientas econométricas y estadísticas existentes (modelos de regresión, univariantes, Box-Jenkins, Holt-Winters...).

Este análisis de indicadores del nivel de gasto o consumo turístico lleva directamente a *un único dato con suficiente persistencia en los datos temporales* y fiabilidad en la estimación del concepto a analizar, que es la segmentación por categorías de alojamiento. Parece claro que —de forma general— la mayor capacidad de gasto de un turista empieza por reflejarse en la elección de un alojamiento de mayor nivel o categoría, por lo que esta segmentación puede ser un buen indicador, muy poco sesgado, del gasto turístico total.

El documento «Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos», del I.N.E., proporciona datos precisos y útiles (especialmente de forma evolutiva) de la segmentación de la demanda turística *alojada en establecimientos hoteleros*, siendo la variable de segmentación la categoría (estrellas de oro de 5 a 1, y estrellas de plata de 3 a 1). Se tiene, pues, con detalle, la distribución porcentual del total de viajeros alojados en hoteles por categoría y nacionalidad. Queda entonces pendiente la consideración de indicadores de gasto para el resto de visitantes: los que se alojan en la extrahotelaría y los que no pernoctan (excursionistas).

Para la segunda categoría citada, excursionistas, la solución más adecuada parece el considerarlos como un conjunto aparte, uniforme y no segmentable, que afecta sólo a las nacionalidades fronterizas y a unos pequeños flujos de tránsitos por puestos.

En cuanto a los turistas que utilizan alojamientos extrahoteleros (apartamentos, cámpings, segundas residencias...), es conocida la absoluta debilidad de los datos oficiales respecto a la mayor parte de este volumen de demanda. Esto lleva a aceptar como única solución posible que los porcentajes resultantes del estudio de segmentación de la demanda hotelera, según categorías, puedan, de alguna forma, aplicarse también a la demanda extrahotelera, considerándolos como un indicador de su nivel de consumo.

Sin embargo, para poder aplicar este criterio con la mayor corrección posible, es necesario efectuar algunas elaboraciones previas a la segmentación por categoría de alojamiento hotelero.

Con visión de 1988, y después de un análisis de precios de tarifa basados en la guía hotelera, la agrupación para la hotelaría española más

adecuada para mantener la uniformidad y homogeneidad de cada segmento, en cuanto a precios, sería:

NIVEL DE CONSUMO TURISTICO	ESTABL. HOTELEROS INCLUIDOS
Turismo de Lujo	Hoteles de 5 *
Gran Turismo	Hoteles de 4 *
Turismo Medio	Hoteles de 3 *
Turismo Social o Popular	Resto de establecimientos

Esta segmentación es la que se ha adoptado a partir de este momento en el estudio como *niveles de consumo turístico*, y su indicador base es la categoría de alojamiento.

Dado que en las bases del estudio se habla de la dicotomía entre «Turismo de calidad» y «Turismo de masas», esta agrupación final se puede obtener por agregación de los dos primeros y de los dos últimos niveles:

TURISMO DE CALIDAD = Turismo de Lujo + Gran Turismo
TURISMO DE MASAS = Turismo Medio + Turismo Popular

En cualquier caso, a estos niveles les añadiremos siempre un 5.º nivel formado por el EXCURSIONISMO como segmento peculiar e insegmentable por nivel de consumo (sólo por nacionalidad).

En cuanto a la segunda parte —evolución de la eficacia relativa para la economía española de los distintos segmentos identificados—, se mantendrá la nomenclatura de los cinco niveles de consumo turístico antes definidos. Como criterio para poder evaluar esta eficiencia relativa, se ha elegido el Valor Añadido Bruto (V.A.B.) generado por el turismo extranjero en el total de la economía española.

Para evaluar el impacto ecológico de los distintos niveles se ha considerado que las variables claves son el número de individuos y el espacio necesario para cada uno de ellos.

Por último, el análisis de la influencia social del turismo extranjero se ha realizado mediante la determinación del número de empleos generados, tanto directos como totales, utilizando como base los datos de la tabla INPUT-OUTPUT del turismo en 1982 y la estructura de la población activa por sectores en dicho año.

3. La previsión de los flujos de turismo extranjero por niveles de consumo turístico

Se ha dicho más arriba que la mayor parte de las previsiones de futuro se apoyan en el pasado. Es decir, que el pasado aporta los elementos que, convencionalmente analizados, suministran los ingredientes para confeccionar las previsiones.

En nuestro caso, y por razones conceptuales ya explicadas en el epígrafe metodológico, partimos de los datos mensuales de turistas registrados en establecimientos hoteleros. Los datos han sido convenientemente agrupados en cuatro categorías, de forma que las dos últimas recojan, cada una de ellas, un tercio del volumen total, repartiéndose el tercio restante entre las dos primeras categorías. La primera categoría, denominada Turismo de Lujo, se compone del número de turistas que pernoctaron

en hoteles de cinco estrellas. La segunda categoría, denominada Gran Turismo, está constituida por el número de turistas que pernoctaron en hoteles de cuatro estrellas. La tercera categoría, denominada Turismo Medio, incluye a los turistas que pernoctaron en hoteles de tres estrellas de oro. Finalmente, la cuarta categoría, denominada Turismo Social o Popular, incluye al resto de turistas que pernoctaron en hoteles de categorías inferiores y en hostales.

A primera vista, el aspecto más destacable de las series anteriores es su estacionalidad. Los índices estacionales son los siguientes (los índices estacionales son los promedios de cocientes entre los datos mensuales y una media móvil de doce meses):

MES	EST. LUJO	EST. GRAN	EST. MEDIO	EST. SOCIAL
1	0,71	0,66	0,52	0,42
2	0,74	0,68	0,53	0,41
3	0,92	0,89	0,73	0,58
4	1,05	1,16	1,17	1,01
5	1,25	1,29	1,54	1,60
6	1,08	1,13	1,45	1,85
7	1,21	1,29	1,70	2,55
8	1,16	1,43	1,85	2,68
9	1,34	1,38	1,66	2,03
10	1,32	1,23	1,30	1,15
11	0,88	0,76	0,57	0,45
12	0,67	0,63	0,50	0,47

Puede apreciarse que existen dos modelos de distribución, localizados en los extremos de las categorías. Por un lado, la estacionalidad del Turismo de Lujo es bimodal y poco dispersa, es decir, con picos en los meses de mayo y septiembre, y poca diferencia entre temporada baja y temporada alta (una relación de uno a dos). Por otro lado, el Turismo Social es unimodal y con mucha dispersión, es decir, que en temporada alta el turismo es siete veces superior al turismo de temporada baja y, además, se concentra especialmente en los meses de julio y agosto.

El segundo aspecto que merece atención es la descripción de la tendencia. Esta puede apreciarse en los datos mensuales desestacionalizados o simplemente en los datos anuales.

La característica más relevante de las cifras totales es el valle profundo que aparece en el año 80. La importancia de esta disminución se aprecia si tenemos en cuenta que las cifras anuales de turistas en establecimientos hoteleros de 1977 no se rebasaron sino hasta diez años después.

Esto representa un inconveniente a la hora de hacer previsiones, ya que, a partir de 1980, no puede distinguirse con sencillez el crecimiento turístico que es debido a la tendencia secular del crecimiento turístico debido a la fase alcista del ciclo.

Seguramente, la extrapolación de las cifras a partir de 1980 en adelante produciría unas previsiones exageradas.

A lo largo de este capítulo hemos trabajado con datos mensuales desestacionalizados y datos anuales. En general, los datos anuales resultan más claros ya que está eliminada la fortísima estacionalidad que interfiere con la tendencia.

4. **Formulación de las previsiones de turistas en hoteles**

Para poder apreciar la magnitud de las cifras, se ofrecen primero los datos reales hasta 1988 y luego las previsiones.

TURISTAS EN HOTELES (datos reales)					
Año	Lujo	Gran	Medio	Social	Total
1976	750.221	2.116.872	3.762.103	4.448.260	11.077.456
1977	954.662	2.960.067	4.578.823	5.267.493	13.761.045
1978	943.180	2.968.264	3.995.160	4.270.692	12.177.296
1979	737.643	2.412.038	3.497.513	3.722.325	10.369.519
1980	643.135	2.288.700	3.067.566	3.228.676	9.228.077
1981	667.716	2.710.375	3.568.066	3.639.718	10.585.875
1982	721.168	2.889.268	3.861.533	3.712.527	11.184.496
1983	794.035	3.209.609	3.893.364	3.853.469	11.750.477
1984	940.785	5.563.501	4.338.159	4.198.100	13.040.545
1985	890.934	3.331.725	4.276.219	3.952.282	12.451.160
1986	839.294	3.377.632	4.745.927	4.624.477	13.587.330
1987	897.021	3.660.442	5.008.212	4.550.266	14.115.941
1988	859.774	3.568.464	5.022.633	4.184.894	13.635.765

TURISTAS EN HOTELES (previsiones)					
Año	Lujo	Gran	Medio	Social	Total
1976	729.460	2.064.366	3.646.010	4.538.422	10.978.258
1977	943.086	2.907.414	4.584.464	5.131.139	13.566.103
1978	951.430	3.002.379	4.111.171	4.430.293	12.495.272
1979	762.522	2.537.487	3.635.069	4.017.488	10.952.566
1980	655.562	2.272.147	3.093.406	3.278.549	9.299.664
1981	660.118	2.680.208	3.528.690	3.591.914	10.460.929
1982	718.911	2.893.382	3.825.629	3.661.651	11.099.573
1983	785.266	3.154.289	3.863.599	3.729.207	11.532.361
1984	934.005	3.528.430	4.289.545	4.060.157	12.812.137
1985	892.124	3.373.010	4.267.777	3.899.515	12.432.426
1986	851.245	3.377.490	4.721.324	4.536.328	13.486.387
1987	897.250	3.635.252	4.993.025	4.533.831	14.059.358
1988	849.555	3.622.707	5.034.839	4.217.651	13.724.753
1989	932.989	3.690.797	5.472.738	4.179.653	14.276.177
1990	942.119	3.811.763	5.577.782	4.157.706	14.489.369
1991	951.248	3.932.729	5.682.826	4.135.758	14.702.562
1992	960.377	4.053.696	5.787.870	4.113.811	14.915.754
1993	969.507	4.174.662	5.892.914	4.091.864	15.128.947
1994	978.636	4.295.628	5.997.959	4.069.917	15.342.139
1995	987.766	4.416.594	6.103.003	4.047.970	15.555.332

Para evaluar mejor la importancia de las cifras presentadas, el cuadro siguiente ofrece las tasas de crecimiento de los datos reales hasta 1988 y de las previsiones hasta 1995.

TASAS DE CRECIMIENTO					
Año	Lujo %	Gran %	Medio %	Social %	Total %
77	27,25	39,83	21,71	18,42	24,23
78	-1,20	0,28	-12,75	-18,92	-11,51
79	-21,79	-18,74	-12,46	-12,84	-14,85
80	-12,81	-5,11	-12,29	-13,26	-11,01
81	3,82	18,42	16,32	12,73	14,71
82	8,01	6,60	8,22	2,00	5,65
83	10,10	11,09	0,82	3,80	5,06
84	18,48	11,03	11,42	8,94	10,98
85	-5,30	-6,50	-1,43	-5,86	-4,52
86	-5,80	1,38	10,98	17,01	9,13
87	6,88	8,37	5,53	-1,60	3,89
88	-4,15	-2,51	0,29	-8,03	-3,40
89	8,52	3,43	8,96	-0,13	4,70
90	0,98	3,28	1,92	-0,53	1,49
91	0,97	3,17	1,88	-0,53	1,47
92	0,96	3,08	1,85	-0,53	1,45
93	0,95	2,98	1,81	-0,53	1,43
94	0,94	2,90	1,78	-0,54	1,41
95	0,93	2,82	1,75	-0,54	1,39

Puede verse que los datos reales presentan unas oscilaciones muy extremadas en sus tasas de crecimiento, mientras que las previsiones exhiben unas tasas de crecimiento muy uniformes excepto para el año 1989. Esta excepción para 1989 se debe a que en este período se produce el empalme de la serie real con la previsión. La suavidad de las tasas de crecimiento se debe a que, en realidad, se está proyectando la tendencia a medio plazo que se deriva de la historia reciente.

Se aprecia que el Turismo de Lujo presenta una tendencia suavemente ascendente que es prácticamente de estancamiento. El número de turistas de lujo permanece cercano al millón de personas.

El Gran Turismo es el que registra unos crecimientos mayores, del orden de las 120.000 personas anuales, de forma que se sitúa, hacia 1992, en los cuatro millones de personas.

El Turismo Medio continúa creciendo, si bien las tasas de crecimiento son más moderadas que las que se registraron después de la depresión turística de los años 80.

Finalmente, el Turismo Social parece que alcanzó en 1986 y 1987 sus máximos históricos, de forma que inicia un suave decrecimiento que, sin embargo, le mantiene ligeramente por encima de los cuatro millones de personas.

En conjunto, el volumen de turistas alojados en hoteles crece en torno al 1,8 % anual.

Aunque a primera vista este crecimiento parece algo elevado, las cifras son razonables. Sugieren una elasticidad renta unitaria para el conjunto de los turistas, lo cual es inferior a las elasticidades estimadas para los mayores mercados emisores, Gran Bretaña y Alemania, que son de 1,54 para el turismo hacia España.

Hay que recordar que, cuando se realizan previsiones de este tipo, se está haciendo la hipótesis de que no van a existir acontecimientos importantes que perturben la normal marcha de los planes turísticos. En definitiva, se supone que prevalecen unas circunstancias análogas a las pasadas.

Esta afirmación no es estrictamente cierta, por cuanto en 1992 España será el escenario de, por lo menos, tres acontecimientos con repercusiones mundiales en Barcelona, Madrid y Sevilla. Por tanto, las cifras correspondientes a 1992, serán distintas a las que presentamos. Habrá que tener en cuenta los nuevos visitantes atraídos por estas manifestaciones singulares, y habrá que restar el «Efecto desplazamiento» de los turistas habituales disuadidos por la posible congestión y aumento de precios, que en Los Angeles 84 se evaluó en un 20 % aproximadamente.

Tan importante como las cifras globales es, sin embargo, la distribución por categorías del turismo que nos visita. Las previsiones efectuadas suponen que la distribución porcentual del *turismo hotelero*, por categorías, será la siguiente:

Año	Lujo (%)	Gran (%)	Medio (%)	Social (%)
1976	6,77	19,11	33,96	40,16
1977	6,94	21,51	33,27	38,28
1978	7,75	24,38	32,81	35,07
1979	7,11	23,26	33,73	35,90
1980	6,97	24,80	33,24	34,99
1981	6,31	25,60	33,71	34,38
1982	6,45	25,83	34,53	33,19
1983	6,76	27,31	33,13	32,79
1984	7,21	27,33	33,27	32,19
1985	7,16	26,76	34,34	31,74
1986	6,18	24,86	34,93	34,04
1987	6,35	25,93	35,48	32,23
1988	6,31	26,17	36,83	30,69
1989	6,54	25,85	38,33	29,28
1990	6,50	26,31	38,50	28,69
1991	6,47	26,75	38,65	28,13
1992	6,44	27,18	38,80	27,58
1993	6,41	27,59	38,95	27,05
1994	6,38	28,00	39,09	26,53
1995	6,35	28,39	39,23	26,02

Se aprecia que el Turismo Social tiende a perder peso relativo en España, pasando de más del 40 % a algo más del 25 %. Ello ocurre en beneficio principalmente de la segunda categoría, el Gran Turismo, que pasa de representar alrededor del 25 % a casi el 30 %. El Turismo Medio aumenta su importancia relativa, mientras que el Turismo de Lujo mantiene prácticamente constante su peso relativo.

5. El número total de visitantes (turistas y excursionistas)

Hasta ahora hemos hablado exclusivamente de turistas hoteleros y de las previsiones de los turistas alojados en hoteles. Es preciso, ahora, reconsiderar la cifra de los turistas extrahoteleros y los excursionistas.

Llamamos visitantes (V) al número de personas que entraron por la frontera, que están compuestos por los excursionistas (E) que no pernoctan en nuestro país, y los turistas totales (TT). A su vez, los turistas totales están compuestos, por los que pernoctaron en hoteles (H) y los extrahoteleros (EH).

$$V = E + TT \quad ; \quad TT = H + EH$$

En primer lugar, basándonos en un estudio de CONSULTUR referido a 1986, se ha estimado que los excursionistas representan el 30 % de los visitantes.

En segundo lugar, se ha calculado la proporción (Rat) de los turistas hoteleros sobre los turistas totales (visitantes menos excursionistas).

Debemos continuar este análisis indicando que consideramos como *demanda extranjera* todos los visitantes extranjeros que cruzan nuestras fronteras; así pues, de los datos habituales del «Anuario de Estadísticas de Turismo», de la S.G.T., debemos restar *los españoles residentes en el extranjero*, tanto por el hecho de ser españoles como por el hecho de que su consumo turístico es cualitativamente distinto del de un turista extranjero típico (alojamiento en casas de familiares y amigos, estancia sedentaria en la zona de origen, etcétera). Con esta corrección (posible con la desagregación de datos del Anuario), los visitantes extranjeros en los años considerados son los de la tabla siguiente:

Año	Total visitantes	Españoles residentes extranjero	Total visitantes extranjeros
1976	30.014.087	1.630.549	28.383.538
1977	34.266.755	1.591.925	32.674.830
1978	39.970.491	1.714.574	38.255.917
1979	38.902.476	1.936.828	36.965.648
1980	38.026.816	1.509.517	36.517.299
1981	40.129.323	1.735.319	38.394.004
1982	42.011.141	2.083.384	39.927.757
1983	41.263.334	2.054.485	39.208.849
1984	42.931.658	2.020.526	40.214.841
1985	43.235.367	1.991.136	41.228.592
1986	47.388.793	2.006.775	45.382.018
1987	50.544.874	2.342.322	48.202.552
1988	54.178.150	2.867.812	51.310.338

A continuación, y utilizando como dato clave, a falta de otras hipótesis plausibles, el ya citado porcentaje de excursionismo sobre el total de visitantes extranjeros estudiado en 1986 con una hipótesis de mantenimiento, hemos calculado el ratio anual entre turistas alojados en hoteles y turistas totales.

A partir de las cifras totales de visitantes (V) y de los turistas hoteleros (H), se calculan las cifras de excursionistas (E), de turistas totales (TT) y la proporción (Rat).

Año	Rat	H	TT	E	V
1976	0.55800	11.077.456	19.868.476	8.515.061	28.383.538
1977	0.60200	13.761.045	22.872.381	9.802.449	32.674.830
1978	0.45600	12.177.296	26.779.141	11.476.775	38.255.917
1979	0.40100	10.369.519	25.875.953	11.089.694	36.965.648
1980	0.36100	9.228.077	25.562.109	10.955.189	36.517.299
1981	0.39500	10.585.875	26.875.802	11.518.201	38.394.004
1982	0.40100	11.184.496	27.949.429	11.978.327	39.927.757
1983	0.42900	11.750.477	27.446.194	11.762.654	39.208.849
1984	0.46500	13.040.545	28.150.388	12.064.452	40.214.841
1985	0.43300	12.451.160	28.860.014	12.368.577	41.228.592
1986	0.42700	13.587.330	31.767.412	13.614.605	45.382.018
1987	0.41800	14.115.941	33.741.786	14.460.765	48.202.552
1988	0.38000	13.635.765	35.917.236	15.393.101	51.310.338

Para distribuir los visitantes según categorías, se han efectuado las siguientes operaciones: en primer lugar, los excursionistas se han calculado como un 30 % del total, y como ya se conocía la distribución de los turistas hoteleros, sólo era preciso distribuir a los extrahoteleros. Ello se ha efectuado suponiendo que entre los extrahoteleros, la categoría Lujo era una proporción igual a la mitad de la de los hoteleros, la categoría Gran Turismo era el 75 % y el resto se repartía a partes iguales entre las dos categorías restantes. Ello suponía el siguiente criterio de reparto de los extrahoteleros.

— Lujo	= 0,0168
— Gran	= 0,1482
— Medio	= 0,418
— Social	= 0,417

A partir de aquí, sumando los hoteleros con los extrahoteleros, obtenemos la siguiente cifra:

VISITANTES EXTRANJEROS POR CATEGORIAS						
Año	Lujo	Gran	Medio	Social	Excurs.	Visitantes
1976	897.910	3.419.701	7.436.750	8.114.116	8.515.061	28.383.538
1977	1.107.732	4.310.367	8.387.631	9.066.920	9.802.449	32.674.830
1978	1.188.491	5.132.258	10.098.732	10.359.622	11.476.775	38.255.917
1979	998.151	4.710.092	9.979.203	10.188.508	11.089.694	36.965.648
1980	917.547	4.709.404	9.895.192	10.039.967	10.955.190	36.517.299
1981	941.387	5.124.542	10.377.256	10.432.618	11.518.201	38.394.004
1982	1.002.819	5.373.831	10.869.275	10.703.504	11.978.327	39.927.757
1983	1.057.723	5.535.714	10.454.174	10.398.583	11.762.655	39.208.849
1984	1.194.630	5.802.780	10.654.074	10.498.905	12.064.452	40.214.841
1985	1.166.603	5.763.517	11.135.120	10.794.774	12.368.578	41.228.592
1986	1.144.719	6.071.920	12.345.202	12.205.571	13.614.605	45.382.018
1987	1.226.735	6.568.992	13.211.815	12.734.244	14.460.766	48.202.552
1988	1.234.103	6.870.578	14.336.288	13.476.268	15.393.101	51.310.338

1989	1.282.286	6.772.095	14.163.577	12.849.700	15.028.996	50.096.654
1990	1.302.745	6.993.007	14.550.520	13.108.978	15.409.393	51.364.644
1991	1.323.279	7.214.579	14.939.325	13.370.113	15.791.699	52.638.996
1992	1.343.897	7.436.884	15.330.198	13.633.310	16.176.124	53.920.414
1993	1.364.605	7.659.989	15.723.324	13.898.756	16.562.860	55.209.533
1994	1.385.409	7.883.945	16.118.854	14.166.599	16.952.060	56.506.868
1995	1.406.316	8.108.802	16.516.925	14.436.978	17.343.866	57.812.887

La distribución porcentual por categorías de los visitantes extranjeros origina los siguientes valores:

Año	VISITANTES		COMPOSICION POR CATEGORIAS		
	Lujo (%)	Gran (%)	Medio (%)	Social (%)	Excurs. (%)
1976	3,16	12,05	26,20	28,59	30,00
1977	3,39	13,19	25,67	27,75	30,00
1978	3,11	13,42	26,40	27,08	30,00
1979	2,70	12,74	27,00	27,56	30,00
1980	2,51	12,90	27,10	27,49	30,00
1981	2,45	13,35	27,03	27,17	30,00
1982	2,51	13,46	27,22	26,81	30,00
1983	2,70	14,12	26,66	26,52	30,00
1984	2,97	14,43	26,49	26,11	30,00
1985	2,83	13,98	27,01	26,18	30,00
1986	2,52	13,38	27,20	26,90	30,00
1987	2,54	13,63	27,41	26,42	30,00
1988	2,41	13,39	27,94	26,26	30,00
1989	2,56	13,52	28,27	25,65	30,00
1990	2,54	13,61	28,33	25,52	30,00
1991	2,51	13,71	28,38	25,40	30,00
1992	2,49	13,79	28,43	25,28	30,00
1993	2,47	13,87	28,48	25,17	30,00
1994	2,45	13,95	28,53	25,07	30,00
1995	2,43	14,03	28,57	24,97	30,00

Puede comprobarse que las dos categorías centrales son las que incrementan su participación relativa, mientras que las extremas la reducen. Esta reducción es más marcada en la categoría social, donde la participación relativa disminuye tres puntos porcentuales. La evolución por categorías puede examinarse, también, en el siguiente cuadro, donde aparecen las tasas de crecimiento anuales.

VISITANTES. Tasas de crecimiento por categorías

Año	Lujo (%)	Gran (%)	Medio (%)	Social (%)	Excurs. (%)
1977	23,37	26,05	12,78	11,74	15,12
1978	7,29	19,07	20,40	14,26	17,08
1979	-16,02	-8,23	-1,18	-1,65	-3,37
1980	-8,08	-0,01	-0,84	-1,46	-1,21
1981	2,60	8,82	4,87	3,91	5,14
1982	6,53	4,86	4,74	2,60	3,99
1983	5,47	3,01	-3,82	-2,85	-1,80
1984	12,94	4,82	1,91	0,96	2,57
1985	-2,35	-0,68	4,52	2,82	2,52
1986	-1,88	5,35	10,87	13,07	10,07
1987	7,16	8,19	7,02	4,33	6,22
1988	0,60	4,59	8,51	5,83	6,45
1989	3,90	-1,43	-1,20	-4,65	-2,37
1990	1,60	3,26	2,73	2,02	2,53
1991	1,58	3,17	2,67	1,99	2,48
1992	1,56	3,08	2,62	1,97	2,43
1993	1,54	3,00	2,56	1,95	2,39
1994	1,52	2,92	2,52	1,93	2,35
1995	1,51	2,85	2,47	1,91	2,31

Para apreciar más exactamente la implicación de estas cifras, puede considerarse el período 88-92 y el período 88-95 y las tasas de crecimiento anuales acumulativas:

PERÍODO	88 - 92	88 - 95
Crecimiento promedio	1,24 %	1,7 %
Lujo	2,14 %	1,9 %
Gran	2,0 %	2,4 %
Medio	1,7 %	2,0 %
Social	0,29 %	1,0 %
Excursionismo	1,2 %	1,7 %

Como resumen, vale la pena indicar los rasgos más importantes de las futuras tendencias turísticas que se han apuntado en este capítulo:

- Aumento de la afluencia turística a un ritmo del 1,7 % anual entre 1988 y 1995.
- Disminución del turismo hotelero y aumento relativo del turismo que pernocta en extrahotelaría (apartamentos, segundas residencias, camping, etcétera).
- Crecimiento relativamente importante de las bandas medias del espectro del gasto (más del 2 %) y crecimiento escaso de los turistas con menos recursos económicos.

6. Cálculo del gasto turístico por nivel de consumo

Para llegar a ello ha sido necesario elaborar una serie de cálculos y tablas, que se juzga inoportuno reproducir, pues están en el informe ge-

neral, cuyo cálculo final de ingresos por niveles de consumo, persona y nacionalidad se reproducen en la siguiente tabla.

En ella se nos indica, en miles de pesetas del 86, los ingresos que España recibe por turismo por cada persona según su nivel de consumo y nacionalidad, excluyendo el fenómeno del excursionismo.

TABLA 1
INGRESOS CALCULADOS por turista 1986 (miles de pesetas)

Nacionalidad	Lujo	Gran	Medio	Social	Media nacional
Alemania	177	104	69	48	69
Benelux	144	74	40	32	45
Francia	78	34	21	13	12
Gran Bretaña	179	150	93	61	93
Italia	181	108	64	37	79
Escandinavia	107	71	28	18	34
Portugal	28	8	3	2	4
Suiza	143	75	41	28	45
Resto Europa	133	63	24	19	33
USA/Canadá	157	65	26	16	54
Resto América	153	65	52	63	78
Japón	105	56	32	28	106
OTROS	116	35	9	11	12
MEDIA	138	80	48	32	37

De esta tabla se pueden deducir las siguientes conclusiones importantes:

1. Los índices de gasto de los cuatro niveles de consumo turístico considerados se escalonan como sigue:

	Ptas/86	Indice
Turismo de Lujo	138.000	430
Gran Turismo	80.000	250
Turismo Medio	48.000	150
Turismo Social	32.000	100

O sea, que cada turista «de lujo» aporta a los ingresos por turismo españoles un 430 % de cada turista del nivel «Social» y un 285 % de cada turista del nivel medio.

2. En el Turismo de Lujo la máxima aportación corresponde al turismo italiano (181.000 ptas/pax), seguido del británico (179.000 ptas/pax) y del alemán (177.000 ptas/pax), quedando en niveles inferiores el turismo USA/CANADA (157.000 ptas/pax), en especial por su corta estancia en España.
3. En cuanto a los niveles bajos de consumo turístico, son los turistas británicos los de mayor nivel de gasto (93.000 ptas y 61.000 ptas), seguidos a distancia por los alemanes (69.000 y 48.000 ptas) y los italianos (64.000 y 37.000 ptas).

Estos valores de gasto por nacionalidades que combinan estancia y nivel de consumo son muy interesantes a efectos de distribución del presu-

puesto promocional del proyecto español, puesto que reflejan la posible incidencia del impacto promocional en los ingresos por turismo. Así, captar un turista alemán «de Lujo» representa obtener unos ingresos de 177.000 pesetas del 86, mientras un turista británico «Social» captado por la promoción de España aporta sólo 61.000 pesetas de promedio, o sea, casi tres veces menos.

Actualización a valores de 1988. Tabla 2

La tabla 1, antes calculada, corresponde a los valores de 1986 y es posible actualizarla para 1988. Para ello no parece, de entrada, utilizable la variación del IPC, puesto que la variación de precios turísticos no sigue la del conjunto de los precios de la «cesta» del IPC como ya es sabido; tampoco esta variación de los precios turísticos es la adecuada, puesto que sólo indicaría las modificaciones debidas a las variaciones de precios interiores y no los aumentos de consumo debidos a la mejora de las rentas en los países emisores y a las oscilaciones de los cambios de divisas. En principio se pensó tomar como valor de actualización la variación del ingreso medio por turismo entre 1986 y 1988.

En 1986 se ingresaron 1.671 miles de millones de pesetas con 45,3 millones de visitantes, o sea, *36.820 ptas/visitante*, y en 1988 se ingresaron 1.961 miles de millones de pesetas con 54,1 millones de visitantes, o sea, *36.199 ptas/visitante*.

Estas cifras parecen indicar que en 1988 se ha producido un deslizamiento de los visitantes hacia los niveles inferiores de consumo y, por tanto, la corrección directa no es exacta. En estas condiciones creemos que, a pesar de todo, se debe aplicar el IPC oficial como valor correctivo, es decir, un incremento del 10,98 % desde 1986 a 1988, obteniendo la TABLA 2, en la que se prescinde de los valores medios, puesto que, como ya se ha demostrado, las proporciones entre niveles de consumo varían del 86 al 88.

TABLA 2
(En miles de pesetas de 1988)

Nacionalidad	Lujo	Gran	Medio	Social
Alemania	196	115	76	53
Benelux	160	82	44	35
Francia	86	37	23	14
Gran Bretaña	198	166	103	68
Italia	201	120	71	41
Escandinavia	118	78	31	20
Portugal	31	9	3	2
Suiza	158	83	45	31
Resto Europa	147	70	27	21
USA/Canadá	174	72	29	18
Resto América	170	72	58	70
Japón	116	62	35	31
Resto	129	39	10	12
Media por nivel	153	88	53	35

En resumen podemos, pues, estimar que los ingresos para España por turista extranjero, según su nivel de consumo, son en 1988:

Turismo de Lujo	153.000 ptas/persona
Gran Turismo	88.000 ptas/persona
Turismo Medio	53.000 ptas/persona
Turismo Social	35.000 ptas/persona
Excursionismo	4.160 ptas/persona

Reduciéndolo a las dos categorías planteadas, tenemos:

Turismo de calidad	120.500 ptas/persona
Turismo de masas	44.000 ptas/persona

7. Otros factores a considerar: El impacto ecológico

La valoración de los efectos económicos no debe ser la única consecuencia que debe tenerse en cuenta al analizar los impactos del fenómeno turístico.

Existe un aspecto (que además resulta ser de vital importancia para el desarrollo del propio turismo) que no se puede dejar de lado y que es el impacto ecológico o, mejor, *medioambiental*, del desarrollo turístico.

Todos los análisis y estudios realizados demuestran que cada vez más los factores de entorno ambiental pesan en mayor proporción en la elección de destinos turísticos y en el grado final de satisfacción del cliente turístico. Los ruidos, la suciedad, la limpieza de las playas y del agua del mar, la congestión del tráfico, etcétera, aparecen continuamente y en proporción creciente entre los factores que tienen peso específico relativo importante en las vacaciones de los turistas.

Debemos, pues, intentar una aproximación a los niveles comparativos de impacto medioambiental que pueden provocar los turistas situados en los segmentos o niveles de consumo que hemos considerado a lo largo de este estudio. Y queremos resaltar la expresión utilizada de *niveles comparativos*, porque consideramos prácticamente imposible poder determinar este impacto de forma absoluta, tanto globalmente —por segmento— como individualmente —por turista—. Y ello es así porque el peso de este impacto existe ya, y en una proporción tal que hace muy difícil su diferenciación y en especial la contribución exclusiva de la demanda extranjera superpuesta a una demanda de turismo interior y de segundas residencias de ciudadanos españoles.

Lo que sí parece claro es que los impactos ambientales medibles son de dos grandes grupos, con causas medibles y analizadas.

El primer grupo responde a la polución ambiental en su concepto más amplio, que abarca todas las agresiones al medio ambiente natural. Ruidos, basuras, aguas residuales, humos domésticos y de vehículos..., son los agentes agresivos de este grupo, y pueden —en el campo del turismo— considerarse proporcionales al número de turistas presentes. Podrían hacerse algunas distinciones en base al nivel cultural o de comportamiento entre los distintos niveles de consumo, pero estas distinciones pueden ser totalmente falsas en muchos casos, por lo que preferimos considerar la proporcionalidad al número de miembros de cada nivel como elemento que permite la comparación entre ellos.

El segundo grado responde a la modificación territorial que provoca el turismo y que se puede medir por la necesidad de ocupación de espacios naturales. Esta ocupación es función, en algunos aspectos (infraestructura), del número de turistas, al igual que en el caso anterior, y, en otros (equipamientos turísticos), también del nivel de consumo, puesto que al subir éste también aumenta el ratio del m² necesario/turista. La modificación del ratio, según el nivel, viene incluso rubricada por la legislación oficial que ordena las distintas clases de oferta, puesto que fija superficies mínimas distintas en los equipamientos según la categoría de los mismos, y no debemos olvidar que este criterio de la categoría ha sido considerado clave para definir los niveles de consumo (ver apartado 2). Podemos, pues, proceder a determinar estos ratios de m²/turista para los niveles de consumo considerados, analizando la legislación al respecto relativa a hoteles, apartahoteles, aparcamientos turísticos, restaurantes, salones, zonas ajardinadas, piscinas, etcétera.

De este análisis, y agregando todos los conceptos de acuerdo a los estándares oficiales y ratios obtenidos a partir de proyectos constructivos en los distintos niveles, se obtiene la tabla siguiente, que puede ser significativa:

Nivel de consumo	m ² necesarios/ turista	Valor índice
Turismo de Lujo	68	194
Gran Turismo	51	145
Turismo Medio	42	120
Turismo Popular	35	100
Excursionismo	10	28

En cuanto al otro criterio, el del número de turistas por segmento, podemos reproducir directamente la tabla obtenida anteriormente (1982) de composición de las categorías de consumo:

Nivel de consumo	% sobre total de visitantes	Valor índice
Turismo de Lujo	2,51	9
Gran Turismo	13,46	50
Turismo Medio	27,22	101
Turismo Popular	26,81	100
Excursionismo	30,00	114

Finalmente, y como criterio base de comparación del impacto, podemos establecer el de *la igualdad de VAB generado*, es decir, que a igualdad de efectos económicos globales podemos calcular cuál es el nivel comparativo de impacto ambiental por simple comparación de los valores indexados reunidos en la tabla siguiente:

Nivel de consumo	Indice VAB generado	Indice personas	Indice espacio
Turismo de Lujo	930	9	194
Gran Turismo	306	50	145
Turismo Medio	186	101	120
Turismo Popular	100	100	100
Excursionismo	18	111	28

y combinando estos índices con el criterio de igualdad de VAB, obtenemos dividiendo ordenadamente:

Nivel de consumo	Índice Impacto medio ambiental	Índice Necesidad espacios
Turismo de Lujo	0,9	21,1
Gran Turismo	16,3	47,2
Turismo Medio	54,3	64,2
Turismo Popular	100	100
Excursionismo	616,6	164,7

O sea, que se puede deducir que *para generar el mismo VAB*, el «Turismo de Lujo» produce un impacto ambiental 100 veces menor que el «Turismo Popular» y necesita ocupar casi la quinta parte del espacio territorial; en cambio, el «Excursionismo» genera, en iguales condiciones, un impacto 616 veces mayor que el «Turismo Popular» (más de 6.000 veces el del Turismo de Lujo), con unas necesidades de espacio de más de una vez y media (casi ocho veces más que el Turismo de Lujo).

Si deseamos evaluar la dicotomía «Turismo de calidad» versus «Turismo de masas», la tabla puede convertirse en:

Nivel de consumo	Índice medio ambiente	Índice espacial
Turismo de calidad	8,6 (11,1)	34,1 (41,5)
Turismo de masas	77,1 (100)	82,1 (100)

Lo que indica que para obtener el mismo VAB en el total de la economía nacional, el «Turismo de calidad» origina un impacto ambiental nueve veces menor y necesita ocupar menos de la mitad del espacio que el «Turismo de masas».

8. El empleo generado por el turismo extranjero

EMPLEOS GENERADOS POR CADA CATEGORÍA DE VISITANTES					
Categoría	Empleo directo	Empleo total	N.º visitantes	Empl. directo por 1.000 visitantes	Empleo total por 1.000 visitantes
Lujo	34.988	59.188	1.002.819	34,89	59,02
Gran	54.411	97.781	5.373.831	10,13	18,20
Medio	71.739	133.119	10.869.275	6,60	12,25
Social	31.701	59.452	10.703.504	2,96	5,55
Excursión	5.539	9.743	11.978.327	0,46	0,81
Total	198.378	359.283	39.927.756		

Estos resultados son extremadamente importantes y dicen que el empleo directo generado por los visitantes extranjeros en 1982 fue de cerca de 200.000 personas (el 1,84 % del empleo en aquel año), mientras que el empleo total, es decir, el empleo directo más los empleos en las industrias que suministran inputs para los sectores que venden efectivamente

a los visitantes extranjeros, fue de unas 360.000 personas (el 3,31 % del empleo de aquel año).

Hay que recalcar que estas cifras calculan el empleo promedio en 1982, ya que la industria turística es fuertemente estacional, y seguramente las oscilaciones del empleo, a lo largo del año, son relativamente importantes.

Si atendemos a los resultados por categorías, resulta que los visitantes de la categoría «Turismo Medio» genera más de la tercera parte del empleo, mientras que la otra categoría intermedia, el Gran Turismo, genera más de la cuarta parte del empleo. Resulta que un millón de visitantes de Lujo crean prácticamente el mismo empleo que más de diez millones de visitantes de la categoría Social. Llaman poderosamente la atención los resultados alcanzados por el Excursionismo, con una creación de empleo ínfima. Estos datos, sin duda, deberán orientar la política turística.

Naturalmente, el empleo generado por cada categoría turística depende de los gastos unitarios realizados por la categoría y del número de personas dentro de cada categoría. Si examinamos el empleo generado por cada 1.000 personas de cada categoría, nos daremos cuenta de las abismales diferencias, desde el punto de vista de la creación de empleo, entre unas categorías y otras. Mientras 1.000 turistas extranjeros de Lujo generan 59 empleos, los mismos visitantes de categorías inferiores generan, respectivamente, 18, 12, 5 y hasta 0,81 empleos.

El cuadro siguiente expresa los mismos resultados, en porcentajes y números índice, para facilitar la comparación.

Categoría	PORCENTAJES			INDICES	
	Empleo directo (%)	Empleo total (%)	Número visitantes (%)	Empleo direc. por 1.000 visitantes	Empl. total por 1.000 visitantes
Lujo	17,64	16,47	2,51	1.178	1.063
Gran	27,43	27,22	13,46	342	328
Medio	36,16	37,05	27,22	223	221
Social	15,98	16,55	26,81	100	100
Excursion.	2,79	2,71	30,00	15	14
Total	100,00	100,00	100,00		

Debiera hacerse una reserva a estos resultados: se trata de cálculos indirectos que no parten de una estimación directa de los gastos realizados por cada categoría turística.

A pesar de esta reserva, el impacto de estas cifras es demoledor. Se presumía que el turismo de calidad debía ser más generador de empleo que el turismo de masas, pero los cálculos que aquí presentamos van más allá de las presunciones iniciales y justifican la conclusión sin sombra de duda que, también desde el punto de vista de los empleos, el turismo extranjero de calidad es mucho más conveniente que el turismo de masas.

CONCLUSIONES

Del contenido de los diversos apartados del estudio se pueden extraer las siguientes conclusiones principales:

- a) Se pueden establecer cinco segmentaciones de nivel de consumo turístico para la demanda extranjera, que son:
 - Turismo de Lujo.
 - Gran Turismo.
 - Turismo Medio.
 - Turismo Popular o Social.
 - Excursionismo.

- b) Partiendo de los datos del período 76-88, segmentados en estos cinco grupos, se pueden realizar las previsiones siguientes de afluencia de visitantes extranjeros por categorías:

Año	Turismo Lujo	Gran Turismo	Turismo Medio	Turismo Social	Excursion.	Total visitantes*
1989	1.282.286	6.772.095	14.163.577	12.849.700	15.028.996	50.096.654
1990	1.302.745	6.993.007	14.550.520	13.108.978	15.409.393	51.364.644
1991	1.323.279	7.214.579	14.939.325	13.370.113	15.791.699	52.638.996
1992	1.343.897	7.436.884	15.330.198	13.633.310	16.176.124	53.920.414
1993	1.364.605	7.659.989	15.723.324	13.898.756	16.562.860	55.209.533
1994	1.385.409	7.883.945	16.118.854	14.166.599	16.952.060	56.506.868
1995	1.406.316	8.108.802	16.516.925	14.436.978	17.343.866	57.812.887

Esta tabla refleja:

- Un crecimiento acumulativo medio del 1,7 % en el total de visitantes hasta 1995.
- Un estancamiento de los segmentos «Lujo» y «Turismo Popular o Social».
- Un crecimiento de los segmentos «Gran Turismo», especialmente «Turismo Medio» y «Excursionismo», de casi una vez y media el valor medio global.
- Un descenso de la cifra global de 1989 respecto a 1988, que se considera año excepcional de la serie, que se recupera posteriormente.

Este efecto se observa con mayor claridad en la tabla resumen siguiente:

PERIODO	88-92	88-95
Crecimiento promedio	1,24 %	1,7 %
Lujo	2,14	1,9
Gran	2,0	2,4
Medio	1,7	2,0
Social	0,29	1,0
Excursionismo	1,2	1,7

No se han considerado, en estas previsiones, los efectos puntuales de la concentración de eventos de 1992 (EXPO, JJ.OO. y capitalidad cultural de Europa), puesto que no existen datos públicos de los efectos turísticos de todos ellos, y, además, representan un punto singular sin continuidad en las series de predicción.

- c) Las variaciones porcentuales de la composición de la demanda extranjera entre 1987 y 1995 se indican en la tabla siguiente:

Año	Turismo Lujo (%)	Gran Turismo (%)	Turismo Medio (%)	Turismo Social (%)	Excursionismo
1988	2,41	13,39	27,94	26,26	30,00
1995	2,43	14,03	28,57	24,97	30,00

Si establecemos sólo dos categorías, agrupando las dos primeras como «Turismo de calidad» y las dos siguientes como «Turismo de masas», obtendríamos:

Año	Turismo de calidad (%)	Turismo de masas (%)	Excursionismo (%)
1987	15,80	54,20	30,00
1995	16,46	53,54	30,00

- d) La evolución previsible de la participación del alojamiento hotelero en el total del alojamiento de la demanda turística se expresa en la tabla siguiente:

Año	Alojamiento hotelero (%)
1976	55,8
1977	60,2
1978	45,6
1979	40,1
1980	36,1
1981	39,5
1982	40,1
1983	42,9
1984	46,5
1985	43,3
1986	42,7
1987	41,8
1988	38,0
1989	40,7
1990	40,3
1991	39,9
1992	39,5
1993	39,1
1994	38,8
1995	38,4

en la que tras un mínimo en 1980 (el peor año turístico en España del período estudiado) y un máximo en 1984, se observa una disminución progresiva de la cuota de alojamiento correspondiente a la hotelería.

- e) Pasando al apartado del gasto de estos segmentos definidos se ha calculado directamente para 1986 y por actualización para 1988, obteniéndose los siguientes valores por persona:

Nivel de consumo	Gasto 1986 (ptas.)	Gasto 1988 (ptas.)	Indice
Turismo de Lujo	138.000	153.000	430
Gran Turismo	80.000	88.000	250
Turismo Medio	48.000	53.000	150
Turismo Social	32.000	35.000	100
Excursionismo	3.750	4.160	18

O sea, que un «turista de lujo» gasta más de cuatro veces lo que gasta un «turista popular» y más de 23 veces lo que gasta un excursionista.

Si reducimos las categorías a dos, Turismo de calidad y Turismo de masas, prescindiendo del Excursionismo, la comparación, por persona, queda en:

Nivel de consumo	Gasto 1986 (ptas.)	Gasto 1988 (ptas.)	Indice
Turismo de calidad	109.000	120.500	284
Turismo de masas	40.000	44.000	100

es decir, que un «turista de calidad» gasta casi tres veces (2,73) lo que un «turista de masas».

- f) Si pasamos a desagregar los datos anteriores por nacionalidades, obtenemos la tabla siguiente para 1988, que refleja la combinación de nivel de gasto y estancia por turista y según nacionalidades:

Nacionalidad	Lujo	Gran	Medio	Social
Alemania	196	115	76	53
Benelux	160	82	44	35
Francia	86	37	23	14
Gran Bretaña	198	166	103	68
Italia	201	120	71	41
Escandinavia	118	78	31	20
Portugal	31	9	3	2
Suiza	158	83	45	31
Resto Europa	147	70	27	21
USA/Canadá	174	72	29	18
Resto América	170	72	58	70
Japón	116	62	35	31
Resto mundo	129	39	10	12
Media por nivel	153	88	53	35

Unidad: Miles de pesetas

- g) En cuanto a valores de VAB como reflejo del efecto que el turismo exterior tiene en el total de la economía nacional, su cálculo a partir de las tablas input-output de 1982 (últimas disponibles) origina los siguientes valores por categorías:

Nivel de consumo	VAB generado (1982) (millones ptas.)	VAB/persona (1982) (pesetas)	Indice
Turismo de Lujo	106.511	106.211	930
Gran Turismo	187.650	34.924	306
Turismo Medio	231.607	21.309	186
Turismo Social	122.145	11.402	100
Excursionismo	24.294	2.028	18

Es decir, que un «turista de lujo» aporta más de nueve veces (9,30) valor añadido bruto a la economía nacional que un «turista social» y más de 50 veces (51,6) lo que un «excursionista».

La agrupación entre «Turismo de calidad» y «Turismo de masas» (Excursionismo excluido) indica que un turista de calidad aporta más de cuatro veces (4,31 exactamente) VAB que un turista de masas.

- h) La comparación de los índices de gasto y generación de VAB indica que el *Turismo de calidad* no sólo gasta más que el de masas, sino que lo hace en sectores que generan mayor VAB, o sea, contribuye más a la economía nacional.

Nivel de consumo	Indice de gasto	Indice de VAB generado
Turismo de calidad	273	431
Turismo de masas	100	100

- i) En cuanto al impacto ecológico o medioambiental generado por los distintos niveles de consumo y medido comparativamente bajo los criterios de proporcionalidad al número de personas y al espacio ocupado, los resultados indexados indican que a *igualdad de VAB generado en pesetas*, los impactos son:

Nivel de consumo	Indice	
	Impacto ambiental	Necesidad espacios
Turismo de Lujo	0,9	21,1
Gran Turismo	16,3	47,2
Turismo Medio	54,3	64,2
Turismo Popular	100	100
Excursionismo	616,6	164,7

y si lo reducimos a la dicotomía habitual, obtenemos:

Nivel de consumo	Indice	
	Impacto ambiental	Necesidad espacios
Turismo de calidad	8,6 (11,1)	34,1 (41,5)
Turismo de masas	77,1 (100)	82,1 (100)

O sea, que para originar la misma ganancia a nivel macroeconómico, un turista de calidad causa nueve veces menos impacto ambiental y necesita algo menos de la mitad de espacio acondicionado que un turista de masas.

- j) Los datos sobre empleo generado por las distintas categorías del turismo extranjero no hacen más que reafirmar todos los valores anteriores.

Aparte de poder indicar que en 1982 (año obligado de referencia), el turismo extranjero generó 198.378 puestos de trabajo directos (media anual) y 359.283 totales, lo que representa el 3,30 % del empleo total, la comparación de la generación de empleos por categorías da origen a la tabla siguiente:

Categoría	Empleo		Índice de empleo total
	Directo	Total	
Turismo de Lujo	34.988	59.188	1.063
Gran Turismo	54.411	97.781	328
Turismo Medio	71.739	133.119	221
Turismo Social	31.701	59.452	100
Excursionismo	5.539	9.743	14

O sea, que un turista de lujo genera más de 10 veces empleo que un turista social (10,63 veces exactamente) y más de 75 veces que un excursionista (75,92 veces).

Agrupando en las dos categorías especificadas:

Categoría	Índice de empleo total
Turismo de calidad	433
Turismo de masas	100

- k) Por tanto, como resumen definitivo de comparación entre los dos tipos base de turismo, podemos establecer la siguiente tabla:

Categoría	Índices				
	de gasto	de VAB generado	de impacto ambiental	de espacio ocupado	de empleo total
Turismo de calidad	273	431	11,1	41,5	433
Turismo de masas	100	100	100	100	100

O sea, que un turista de calidad gasta 2,84 veces más, genera 4,31 veces más VAB, poluciona nueve veces menos, necesita menos de dos veces el espacio para obtener el mismo efecto económico que un turista de masas y genera, por ende, más de cuatro veces empleos totales (directos + indirectos).

- l) La combinación de las series de predicción y de los efectos económicos de cada nivel de consumo permiten efectuar previsiones comparativas de dichos efectos.

Así, en 1995, el efecto ponderado medio en VAB sería:

Año	Valor ponderado VAB generado	Indice
1987	170,80	100
1995	172,72	101,1

O sea, que del 87 al 95 sólo mejorará en un 1,1 % el VAB generado por la demanda turística extranjera, si se mantienen vigentes las previsiones del estudio y que se basan en una continuidad de las actuaciones de futuro. Toda acción específica y efectiva para incrementar la proporción del Turismo de calidad sobre el total tendrá un efecto multiplicador sobre la variación del VAB generado de más de cuatro veces por punto que se mejore la componente del Turismo de calidad.