

# ESTUDIO SOBRE LAS ENCUESTAS DE TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA

Por  
Manuel Figuerola Palomo

## S U M A R I O

- I. Objetivos del Estudio.
- II. Aspectos metodológicos de las encuestas.
- III. Las características generales de los turistas extranjeros.
- IV. Los presupuestos de gastos en España.
- V. El gasto medio diario de los visitantes extranjeros.
- VI. Los bienes comprados.
- VII. Las opiniones de los visitantes.

## 1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

España va iniciar en breve espacio de tiempo su III Plan de Desarrollo Económico y Social. Es siempre aconsejable que al final de cada etapa, o al comienzo de una nueva, se realicen las reflexiones necesarias, con objeto de observar cuales han sido los resultados del período. Resultados que podrán ser mejorados en cuanto se pongan en funcionamiento los medios precisos para corregir errores y defectos, que en muchas ocasiones no se debieron a otras circunstancias que al desconocimiento profundo de la problemática. Por otra parte, el conocimiento exacto de las estructuras socio-económicas de la población, ayudarán a establecer políticas adecuadas que eleven los beneficios obtenidos durante el programa, plan o período temporal abarcado.

Las realizaciones de los dos primeros planes de Desarrollo Económico y Social de España, pueden captarse con gran facilidad, sólo con prestar una pequeña atención a las características sociales y materiales en las cuales se desenvuelve la existencia diaria de los españoles. La transformación ha sido muy importante. Transformación motivada por el esfuerzo común de todos, movidos por el afán de alcanzar las metas más ambiciosas. Sin embargo, no se debe afirmar que las metas logradas han sido las ideales. Es posible que, en aquellas personas conformistas, se haya producido un estado de satisfacción que sólo puede causar el deber cumplido. Mas ha de exponerse que en materia socio-económica, las metas ideales están aún muy lejanas y lo único que se ha hecho ha sido cubrir etapas con el ánimo de llegar a la máxima proximidad de aquellas situaciones. Acercamiento que se conseguirá intensificando de

forma real el estudio y la investigación de las magnitudes y sectores comprendidos.

El trabajo que se inicia, no pretende profundizar en campo tan amplio y diverso como es el comentado. No es esa la intención. Solamente desea analizar una parcela de tan gran relieve como es el sector turismo y aportar una pequeña ayuda a la base informativa.

Al programarse los primeros planes, existía un gran vacío estadístico. Vacío que, aunque no se ha cubierto por entero, al menos si se ha aliviado. Estas lagunas, en la información, han sido causa de graves problemas, tanto en la planificación del momento, como en la previsión de futuros acontecimientos o evolución de las variables económicas. Lo cual obliga a que con rapidez y sin detención se realice un esfuerzo por parte de todas las entidades interesadas y puedan crearse las suficientes bases estadísticas y empíricas que permitan, a partir de ahora, el conocimiento, sino exageradamente minucioso y exhaustivo, sí exacto y no indiscriminado y heterogéneo de la realidad.

Anteriormente, se expuso como aconsejable, el estudiar la evolución de los planes en los momentos finales de cada etapa. En el estudio que aquí se presenta y enfocado plenamente al campo del turismo extranjero llegado a España, se han utilizado las encuestas de turismo receptivo realizadas en los meses de agosto de 1964 y 1970, para llevar a cabo un análisis comparado de la proyección de la demanda durante aquellos seis años. No se intenta en estas páginas observar como el turismo ha repercutido y ha sido influido por la programación de los planes. Quiere el trabajo ofrecer la panorámica de lo que las encuestas recogieron y así aumentar el acervo informativo del sector turístico.

Antes de comenzar el estudio detenido de las encuestas y de analizar los aspectos fundamentales que de ellas se pueden extraer, será conveniente que se destaque la evolución de las magnitudes más importantes del sector, con el fin de presentar una visión clara y objetiva de la significación y efectos del turismo en la economía española. Para ello se resumirán los aumentos que se han producido en el siguiente cuadro estadístico.

CUADRO I/1  
VARIACION DE LAS MAGNITUDES TURISTICAS MAS IMPORTANTES

	1964	1970	Incremento
1. Número de visitantes en el mes de agosto ... ..	3.205.195	5.270.484	2.065.289
2. Número de visitantes en el año. ... ..	14.102.888	24.105.312	10.002.424
3. Ingresos turísticos (millones de dólares) ... ..	919	1.681	762
4. Gasto medio (dólares) ... ..	65,2	69,7	4,5
5. Capacidad hotelera (número de plazas) ... ..	300.584	545.798	245.214
6. Crédito hotelero (millones de pesetas) ... ..	1.037	3.703	2.666
7. Número de empleados en la hotelería ... ..	66.797	117.173	50.376

En los cuadros siguientes se presentan algunas de las relaciones más importantes y tantos por ciento de variación que se han producido entre 1964 y 1970.

CUADRO I/2  
TANTOS POR CIENTO DE VARIACION  
(Período 1964 a 1970)

1. Incremento del número de llegados ... ..	70,9 %
2. Incremento del número de llegados en los meses de agosto ... ..	64,4 %
3. Incremento de los ingresos turísticos ... ..	82,9 %
4. Incremento del gasto medio ... ..	7,0 %
5. Incremento de la capacidad hotelera ... ..	81,6 %
6. Incremento del crédito hotelero ... ..	257,1 %
7. Incremento del número de empleados en la hotelería ... ..	75,4 %

CUADRO I/3  
RELACIONES MAS IMPORTANTES

	1964	1970
1. Participación del mes de agosto en el total de llegados ... ..	22,7 %	21,8 %
2. Relación de plazas disponibles mes de agosto/números llegados ... ..	2,91	3,21
3. Relación crédito hotelero/número de visitantes (pesetas) ... ..	74,07	154,29
4. Relación ingresos turísticos/déficit comercial ... ..	85,0 %	72,0 %
5. Relación ingresos turísticos/importaciones ... ..	44,3 %	35,8 %
6. Relación ingresos turísticos/exportaciones ... ..	91,4 %	71,2 %

El estudio detenido de los cuadros estadísticos anteriores puede ofrecernos una clara panorámica del crecimiento del sector turístico durante el período que se considera. No es necesario un gran esfuerzo para comprender el significado y repercusión de cada cifra, por lo que no profundizaremos en el comentario. Solamente se destaca, por su singular importancia, el aumento que ha sufrido el crédito hotelero y la escasa variación del gasto medio por turista.

Respecto a las relaciones, es interesante que se observe el valor de cada una de ellas, con objeto de apreciar su cambio en el tiempo.

La primera parece indicar que el mes de agosto tiende a perder algo de su participación en el total de llegados en el año, lo cual es señal de una mejora de la grave estacionalidad turística.

Otro aspecto que se observa, estudiando ahora la segunda relación, es el aumento del número de camas disponibles por visitante. Dicho aumento significa que la oferta presenta características más favorables en cuanto a la atracción de una mayor demanda.

Seguidamente debe destacarse el incremento del crédito hotelero. Las concesiones de crédito han evolucionado de tal manera, que la relación ha experimentado una variación de cierto relieve.

La incidencia del turismo sobre la Balanza de Pagos queda reflejada en forma porcentual en las últimas relaciones del cuadro I/3. Se distingue los altos valores alcanzados por los ingresos turísticos si son comparados con las entradas y salidas de divisas por los conceptos de la balanza comercial. Sin embargo, un descenso importante se ha producido durante el período. Descenso del que habrá que buscar sus causas en la gran importancia que han tomado las rúbricas de exportaciones e importaciones desde 1964 a 1970, lo cual ha hecho que las relaciones sufran una disminución ciertamente apreciable.

En principio puede ser extraño al lector encontrarse como extremos del recorrido que se estudia los años 1964 y 1970. Ello se debe tal como hemos dicho en líneas precedentes, a que se utilizan los datos recogidos de dos encuestas de turismo extranjero que se hicieron en aquellos años.

No puede asegurarse que la caracterización y modificación de la estructura social, económica y geográfica de la demanda llegada a España en el período 1964-1970, pueda conocerse por completo de los sondeos realizados y del análisis comparativo que aquí se pretende llevar a cabo. Esto sería establecer de antemano un juicio equivocado.

Los datos obtenidos proceden de estudios referidos a épocas de claro matiz estacional, por lo que existirán en los resultados las limitaciones y condicionantes propias de un trabajo que investiga el fenómeno en un solo mes.

El conocimiento exacto y general de la demanda turística exigirá la realización de encuestas a lo largo de todo el año. De otro modo, solamente se tendrá una idea parcial acerca del comportamiento del turismo extranjero. Es de resaltar, por otra parte, que las características especiales que reúne el mes de agosto, mes típico en la actividad turística, invalida por completo todo planteamiento para el año que se infiera de los rasgos muestrales del mes punta. La estructura del turismo en cuanto a las variables que aquí nos preocupan, presupuesto de gasto, medio de transporte, categoría socio-económica, distribución profesional, etc., nunca podrá deducirse del análisis de las encuestas realizadas durante los meses de agosto, ya que por lo razonado hasta el momento, el establecer una teoría basada en aquellos datos es ilógico y no puede llevar nada más que a graves errores. Sin embargo, debe subrayarse que es muy importante el estudio, en cuanto a una disección del turismo de agosto, a causa del gran peso que tiene éste en el volumen total.

No es preciso que se haga una larga exposición de motivos para justificar la necesidad del trabajo. En la actualidad, no se puede presumir de contar con una extensa información estadística, que facilite la planificación de procesos socio-económicos presentes y futuros. El investigar en un campo tan problemático y aleatorio como es el sector turístico, lleva consigo un terrible esfuerzo que a menudo se ve pagado por el desengaño y el fracaso. La escasez y pobreza de las series estadísticas, se ven acompañadas de profundos errores de método y de la falta de una definición uniforme de los conceptos esenciales, por lo que a veces se imposibilita la posible comparación entre las magnitudes tratadas, ya sean nacionales o internacionales.

Se cree que la consideración detallada de cada variable incluida en las encuestas, puede ser de gran utilidad a la hora de fijar los aspectos más importantes del turismo que nos visita; aspectos que en el momento presente nos es necesario conocer, porque si bien se ha alcanzado un excelente nivel de visitantes, juntamente con el de ingresos turísticos, es lógico que se piense, que si se quiere conservar, se habrá de montar las instalaciones más adecuadas, sólo previsibles

cuando se tenga una idea exacta de los deseos, cualidades y características de nuestros turistas.

## II. ASPECTOS METODOLOGICOS DE LAS ENCUESTAS

Es razonable que, antes de pasar a estudiar detenidamente los resultados de las encuestas para inferir de ellas los aspectos más importantes que se destacan de nuestros visitantes que llegan en el mes de agosto y su evolución en el período 1964-1970, exponamos, aunque de forma elemental y simplificada, la sistemática o metodología que se utilizó en los sondeos comentados. Por la circunstancia de existir el antecedente de la encuesta de 1964, se deseó en la investigación de 1970, no variar en lo fundamental el cuestionario y metodología aplicada. A causa de esto, puede entenderse para ambos estudios la explicación que se dé.

Analicemos en primer lugar el diseño de la muestra y sus puntos esenciales. Inicialmente, era necesario definir la población que iba a encuestarse. En 1964, se decidió considerar «turista principal» todo aquel que cumplía las siguientes condiciones:

- a) Ser residente legal en el extranjero.
- b) Durante su estancia en España debía viajar sin acompañante, o bien ser la cabeza de los mismos. Se decía que el acompañante, para ser considerado como tal, debía ocupar la misma habitación que el cabeza o vivir a costa del mismo.

En 1970, el «turista principal» pasó a conceptuarse «visitante principal temporal», aunque cumplía las mismas condiciones del primero, por lo que podían ser identificados plenamente. El motivo del cambio se debía a que la Conferencia de las Naciones Unidas sobre turismo y los viajes internacionales de 1963, recomendó una definición general del término «visitante», que le designa a fines estadísticos como «toda persona que se traslada a un país distinto de aquel en que tiene su lugar habitual de residencia, por cualquier razón diferente de la de ejercer una profesión remunerada en el citado país». La definición abarca dos categorías de visitantes, turistas y excursionistas.

El tipo de muestreo se diferenció en que para la primera fue triético con estratificación de las unidades primarias y secundarias, mientras

que en 1970, se ha realizado un muestreo bietápico con estratificación de las unidades primarias y últimas.

Respecto a las unidades en la encuesta de 1964, se consideraron unidades primarias todos aquellos municipios que disponen de alojamientos hoteleros o acampamentos turísticos. Unidades secundarias todos los hoteles, pensiones de lujo, 1.ª y 2.ª, incluidas en la Guía Nacional de Hoteles de España, correspondiente a aquel año y los acampamentos turísticos reconocidos por el Ministerio de Información y Turismo. Las unidades últimas estaban constituidas por los turistas principales.

En 1970, la encuesta se diferenció en este aspecto, en que por no considerar unidades secundarias, las últimas estaban constituidas por los «visitantes temporales principales», localizados a través de la habitación del alojamiento hotelero o similar y acampamentos turísticos.

En las encuestas de turismo receptivo del Instituto Nacional de Estadística que comentamos, el paso siguiente consistía en la estratificación de las unidades descritas. Veamos el proceso de estratificación por cada tipo de unidad.

En las dos encuestas se realizó la estratificación de las unidades primarias y municipios con alojamientos hoteleros o acampamentos turísticos, en 22 zonas. De las cuales se han excluido las zonas 18, 19, 20 y 21. Cada municipio se ha clasificado en un estrato de zona. Los estratos formados son los siguientes:

1. Costa Brava y Garraf.
2. Costa de Levante.
3. Costa Alicantina.
4. Costa del Sureste.
5. Costa del Sol.
6. Costa Atlántico-Andaluza.
7. Costa Atlántico-Norte.
8. Costa Cantábrica.
9. Pirineos.
10. Madrid (capital).
11. Barcelona (capital).
12. Palma de Mallorca.
13. Turismo Viajero I (ciudades de Sevilla, Córdoba, Granada y Zaragoza).

14. Turismo Viajero II (ciudades de Santiago de Compostela, Oviedo, Burgos, Valladolid, Salamanca, Lérida y Murcia).
15. Baleares (excepto Palma de Mallorca).
16. Canarias (ciudades de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife).
17. Expansión Costa Brava (provincias de Gerona y Barcelona).
18. Expansión Cataluña-Valencia (provincias de Lérida, Tarragona, Valencia, Castellón y Alicante).
19. Expansión Madrid (provincias de Avila, Segovia, Madrid y Toledo).
20. Norte (Galicia, Asturias y Vascongadas, León y Castilla la Vieja).
21. Sur (Extremadura, Castilla la Nueva, Murcia y Andalucía).
22. Balnearios.

En cuanto a la estratificación de los alojamientos es necesario aclarar que aquí se produjo una importante variación de una encuesta respecto a la otra.

En 1964, los alojamientos quedaron estratificados de la forma que a continuación se describe:

1. Hoteles de Lujo y 1.º A.
2. Hotel de 1.º B.
3. Hotel de 2.º y Pensión de Lujo.
4. Hotel de 3.º y Pensión de 1.º
5. Pensión de 2.º
6. Acampamentos turísticos.

En la encuesta de 1970 se basó la estratificación de las unidades últimas en las categorías del establecimiento en que se alojaron, y se tuvo en cuenta la nueva clasificación de la hotelería. Los estratos fueron:

#### *Hoteles y Moteles.*

1. De una estrella de oro.
2. De dos estrellas de oro.
3. De tres estrellas de oro.
4. De cuatro estrellas de oro.
5. De cinco estrellas de oro.

*Hoteles y Pensiones.*

6. De una estrella de plata.
7. De dos estrellas de plata.
8. De tres estrellas de plata.

*Alojamientos extrahoteleros.*

9. Acampamentos turísticos.

Sin duda, se ha introducido un efecto de estratificación más acusado al tomar muestras de las unidades últimas en cada uno de los tipos de alojamientos.

Debemos aclarar que la estratificación de las unidades secundarias en la encuesta de 1964, significó la estratificación de las unidades últimas en la encuesta de 1970, tal como antes ya expusimos.

Punto de gran importancia en el diseño de la muestra es la estimación del tamaño muestral, ya que el éxito de la encuesta, principalmente, puese estar basado en esta característica. Para 1964 se fijó el tamaño de la muestra en un uno por ciento de los turistas que se preveían iban a entrar en España en agosto y en dicho año. Dicho porcentaje elevaba la cifra de entrevistados a los 30.000. Por otra parte, el hecho de que los turistas que entraron en el país con pasaporte fue menor de lo que se esperaba y que en ese número figuraban los que se alojaron en apartamentos «bungalows», domicilios particulares, pensiones de 3.ª, casas de huéspedes y posadas y los que autorizados por menos de veinticuatro horas, pasaron la frontera sin pernoctar, todos los cuales no entran en el marco de la muestra, elevó la fracción del muestreo a un porcentaje superior al dos por ciento, puesto que la encuesta iba dirigida solamente a los turistas principales que no llegan, según se explica en la metodología de la encuesta al 50 por 100 del número total de turistas.

El número de municipios en donde se realizaron encuestas ascendió a 93, aproximadamente el 10 por 100 de las unidades primarias.

En la encuesta de 1970, que perseguía la obtención de datos homogéneos con los resultados de la anterior, se visitaron los mismos alojamientos, sin embargo, al tenerse en cuenta el claro crecimiento de la demanda, que incrementó de forma acusada el número de alojamientos

y el de sus plazas, además de haber incorporado nuevos centros turísticos, obligó a elevar el tamaño de la muestra en 20 unidades —municipios— que significaron un aumento de las entrevistas, próximo a las 10.000. El planteamiento de la encuesta estableció un tamaño muestral cercano a las 40.000 entrevistas a realizar en 112 municipios.

Seguidamente se debe explicar como se llevó a cabo la afijación de los tipos de unidades que las encuestas consideraban.

Se ha hablado ya numerosas veces que las unidades primarias estaban constituidas por los municipios. Estratificado el país en zonas, era preciso escoger de cada zona, los municipios en donde se habrían de hacer las entrevistas necesarias. De las 22 zonas, se prescindió de cuatro de ellas —Zona Norte, Zona Sur, Expansión de Madrid y Expansión de Cataluña-Valencia— por suponer que en estas zonas el turismo del mes de agosto es relativamente pequeño y de características análogas a las del turista de las zonas de Madrid, Turismo Viajero I y Turismo Viajero II. La afijación de los municipios se hizo teniendo en cuenta la importancia relativa de cada zona, calculada a partir del número de municipios con alojamientos hoteleros y del número de plazas, además de la puntuación turística asignada a cada municipio por los Delegados Provinciales de Estadística. En 1970, el problema único, puesto que se habían elegido de antemano los mismos alojamiento, fue la afijación de los 20 nuevos municipios que se hizo por el mismo procedimiento que en la encuesta anterior.

La afijación de las unidades secundarias y últimas, según que fuese la encuesta de 1964 o de 1970 se hizo, considerando el total de los alojamientos existentes en los municipios elegidos, excepto las Pensiones de 1.ª y 2.ª categoría de Madrid y Barcelona, en que se redujo la muestra a un 25 por 100. La afijación de los turistas se realizó proporcional al número de plazas de cada municipio. Dentro del municipio, el total asignado se repartió proporcionalmente al número de plazas de cada alojamiento. Para alcanzar las cifras programadas de entrevistas en cada encuesta, se precisó tomar en cada unidad secundaria el 15 por 100 del número de plazas en 1964, y el 10 por 100 en 1970.

Tras la afijación de las unidades se planteaba el problema de la selección de las unidades muestrales. Respecto a las primeras, se llevó a cabo con probabilidad proporcional a la importancia de cada municipio, calculada por el número de plazas que contaban de alojamientos hoteleros y acampamentos y la puntuación estadística dada por la Delegación

Provincial de Estadística, puntuación que oscilaba de 0 a 10. En 1970, los municipios que formaron parte de la encuesta de 1964, quedaron automáticamente seleccionados. La selección de los 20 incorporados se realizó de acuerdo con el total asignado a cada zona y con probabilidad proporcional a la importancia relativa dentro de la misma.

No se hizo selección de las unidades secundarias puesto que se investigaron exhaustivamente todas las pertenecientes a los municipios seleccionados.

En cuanto a la selección de los turistas se llevó a cabo en el momento de la encuesta. La selección se hizo sistemática y con arranque aleatorio. Al llegar a las unidades secundarias se confeccionó una lista de las habitaciones ocupadas por los viajeros, clasificados éstos por nacionalidades. Sobre la tabla auxiliar se determinó el arranque y el período, que dependían del número de turistas principales alojados en el hotel y del cupo de entrevistas asignado para realizar en la unidad secundaria específica.

Puede hacerse un resumen de la selección en el siguiente cuadro:

CUADRO II/1

Encuesta 1964	}	93 municipios.
		2.823 alojamientos hoteleros.
		103 acampamentos turísticos.
		29.307 entrevistas.
Encuesta 1970	}	112 municipios.
		4.127 alojamientos hoteleros.
		183 acampamentos turísticos.
		39.556 entrevistas.

La recogida de datos, como ya se ha dicho repetidas veces, se hizo en los meses de agosto de los años mencionados. Y el contenido de la información se centraba en los puntos siguientes:

- Zonas visitadas.
- Nacionalidad y país de residencia.
- Los días de estancia en España.
- La clase de alojamiento.
- Medios de transporte.
- Categoría socio-económica.
- Las motivaciones del viaje.

- La forma del viaje.
- Las rutas seguidas.
- El presupuesto para gastos.
- El gasto medio diario.
- La distribución del gasto medio.
- Naturaleza de los bienes comprados.

La elaboración de los resultados de la encuesta permite realizar la estimación del número total de turistas en un día medio del mes de agosto:

CUADRO II/2

	1964	1970
Visitantes principales ... ..	90.029	202.355
Familiares acompañantes ... ..	109.723	237.818
Amigos ... ..	21.030	111.802
<i>Total</i> ... ..	220.782	551.975

### III. LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

El turismo es un fenómeno de tipo social que experimenta continuamente una expansión a ritmo acelerado. Interesa, sin lugar a dudas, observar su variación en la cuantía y en la forma. El conocimiento de su estructura será de gran importancia en el momento de la programación de futuras medidas de promoción y mejora. Es necesario pues, estudiar las características generales que presenta y su modificación en el tiempo.

En el caso que tratamos, y basados en las encuestas de turismo receptivo de 1964 y 1970, se han recogido los datos de mayor significación y se han comparado entre sí. Solamente, de las numerosas tablas de doble entrada que reunían los trabajos comentados, se han tomado las columnas finales, resumen de cada distribución, pues de otra manera sería exageradamente exhaustivo el estudio, en relación con la finalidad que persigue el mismo. También es de destacar que únicamente se muestran los resultados en valores relativos con objeto de que el análisis comparativo, dentro de las posibilidades y limitaciones que existen, pueda realizarse.

La primera característica que se estudia y recogida en el cuadro III/1, es la nacionalidad de los visitantes. Como aspecto de mayor relieve que se aprecia en el cuadro, debe resaltarse la disminución en valores relativos de los franceses que han llegado al país. Por el contrario, la mayoría de las naciones europeas, han aumentado su porcentaje de participación en el total de la demanda. Puede considerarse como lógico el creer que el turismo francés hacia España, aunque no disminuye de forma clara en valores absolutos, a partir de ahora no crecerá en la misma manera que lo hizo hasta la fecha y cederá parte de su peso a otras naciones más lejanas de nuestra patria.

El siguiente cuadro nos muestra la distribución de los visitantes según las zonas visitadas. El lector distinguirá el descenso de la Costa Brava y Garraf a causa de lo que podría entenderse como pleno empleo de los factores, aunque todavía siga manteniendo un tanto por ciento muy alto. El crecimiento de Baleares sin Palma de Mallorca es considerable, así como el porcentaje que le corresponde a esta ciudad. También, como hecho que debe ser destacado figura el descenso de Madrid y Barcelona, que han disminuido sensiblemente en su participación.

El cuadro III/3 presenta la distribución de los visitantes según el tipo de alojamiento. Por haberse modificado la reglamentación sobre clasificación hotelera, la comparación no ofrece muchas garantías, sin embargo, se ha de resaltar el crecimiento del número de alojados en hoteles de categoría media y la disminución de los alojados en hoteles de lujo y clase inferior.

La distribución de los visitantes según el medio de transporte utilizado, viene reflejada en el cuadro III/4. No se desconoce por nadie, que en los últimos años el avión ha superado por completo cualquier otro medio de locomoción o transporte de viajeros. En el caso que aquí se estudia, el aumento de los llegados por vía aérea ha significado un gran incremento, haciendo que disminuyese bastante el peso de los otros procedimientos de viaje, sobre todo en vehículos turismo. Si tenemos en cuenta tales apreciaciones, entenderíamos que se ha experimentado una clara mejoría de la calidad de nuestros turistas, sin embargo, debe exponerse que gran parte de los visitantes que intervinieron en la encuesta habían realizado su viaje aéreo en vuelos «Charters», lo que en cierto modo invalida en algo la hipótesis.

Seguidamente, el cuadro III/5 señala el número de días de estancia media en España de los turistas distribuidos por nacionalidades y

su evolución en el período que se estudia. Como hecho más destacable figura el crecimiento de la estancia media de los turistas desde 1964 a 1970 en todos los países, a excepción de Hispanoamérica y los países escandinavos. El aumento es importante y para los visitantes de algunas naciones, de gran significación.

El cuadro III/6 presenta la distribución de los visitantes según su categoría socio-económica. Es de destacar que, lamentablemente, se ha producido, según los datos de la encuesta, cierto deterioro en la profesionalidad de los viajeros que nos visitan. Sin embargo, como argumento favorable y que justifica la pérdida de calidad económica que se deduce de los porcentajes que se expresan, se ha de indicar que todo aumento que se origine en el volumen de la demanda deberá proceder de estratos socio-económicos inferiores a causa de que quienes pertenecían a niveles altos ya venían disfrutando de esta actividad, y no a otras razones ocasionadas por la depreciación de nuestro sector turístico. El estudio de las estadísticas internacionales nos mostraría que el fenómeno del deterioro se ha producido a escala mundial.

A continuación aparece el cuadro III/7, que trata la distribución de los visitantes según el motivo principal del viaje en los dos años considerados. Puede observarse, como es lógico, que el mayor número de visitantes ha hecho su viaje a España por el deseo de pasar sus vacaciones en nuestro país. Se observa un descenso ligero por esta causa en valores relativos, pérdida que pasa a aumentar el renglón «otros motivos».

Finalmente nos queda por comentar el cuadro III/8, que ofrece la distribución de los visitantes según la forma de viaje, teniendo en cuenta distintos aspectos: si el visitante principal lo hizo acompañado y con quién, si utilizó los servicios de la agencia de viaje o no y si su viaje lo realizó en grupo colectivo o particularmente. La comparación entre los dos períodos y para cada apartado nos señala lo siguiente: respecto al aspecto primero «con quienes viajó», que el porcentaje de los que lo hicieron solos ha disminuido, aumentando por el contrario el estrato de los que viajaron con amigos; en cuanto a la utilización de los servicios de las agencias de viaje se aprecia que el crecimiento es muy grande, como es normal dentro de las actuales características en las que se desarrolla el turismo y su promoción; y como punto último que cierra el contenido del cuadro, se muestra el aumento de los turistas que llegaron al país en viajes colectivos.

## CARACTERÍSTICAS GENERALES (En porcentajes)

CUADRO III/1  
DISTRIBUCION DE LA DEMANDA SEGUN SU NACIONALIDAD

NACIONALIDADES	1964	1970
Alemania ... ..	15,3	20,8
Francia ... ..	34,7	25,9
Reino Unido ... ..	23,1	27,7
Italia ... ..	3,6	2,8
Portugal ... ..	1,2	0,7
Benelux ... ..	6,2	8,3
Países escandinavos ... ..	3,8	4,9
Suiza ... ..	1,8	2,1
Austria ... ..	0,4	0,6
Estados Unidos y Canadá ... ..	4,2	3,6
Hispanoamérica ... ..	2,1	1,2
Otros ... ..	1,8	1,1
Españoles residentes en el extranjero ... ..	1,8	0,3

CUADRO III/2  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LAS ZONAS VISITADAS

Z O N A S	1964	1970
Costa Brava y Garraf ... ..	34,6	29,6
Costa de Levante ... ..	5,9	6,4
Costa Alicantina ... ..	4,7	5,7
Costa del Sureste ... ..	0,4	0,7
Costa del Sol ... ..	6,0	5,7
Costa Atlántica - Andaluza ... ..	0,8	0,9
Costa Atlántica - Norte ... ..	1,3	0,6
Costa Cantábrica ... ..	3,9	2,0
Pirineos ... ..	0,7	0,5
Madrid (capital) ... ..	5,2	2,9
Barcelona (capital) ... ..	3,8	2,0
Palma de Mallorca ... ..	11,0	12,7
Turismo Viajero I ... ..	3,0	1,8
Turismo Viajero II ... ..	1,1	0,7
Baleares (excepto Palma de Mallorca) ... ..	10,0	24,0
Canarias ... ..	1,7	3,0
Expansión Costa Brava ... ..	1,3	0,5
Balearios ... ..	1,2	0,3
Otras ... ..	3,4	—

CUADRO III/3  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN EL TIPO DE ALOJAMIENTO

1964:	
Hoteles y residencias de lujo y primera A ... ..	18,3
Hoteles y residencias de primera B ... ..	17,1
Hoteles y residencias de segunda y pensión de lujo ... ..	13,1

Hoteles y residencias de tercera y pensiones de primera ... .. .	21,8
Otros alojamientos hoteleros ... .. .	8,5
Acampamentos turísticos ... .. .	21,2

1970:

Hoteles y moteles de 5 y 4 estrellas ... .. .	8,2
Hoteles y moteles de 3 y 2 estrellas ... .. .	29,7
Hoteles y moteles de 1 estrella ... .. .	19,4
Hostales y pensiones de 3 y 2 estrellas ... .. .	11,7
Hostales y pensiones de 1 estrella ... .. .	9,9
Acampamentos turísticos ... .. .	21,1

## CUADRO III/4

## DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES POR MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

MEDIO DE TRANSPORTE	1964	1970
Turismo ... .. .	45,4	29,0
Turismo con remolque ... .. .	3,5	3,8
Autocar ... .. .	7,9	2,5
Motocicleta ... .. .	0,4	0,1
Ferrocarril ... .. .	6,5	3,1
Avión ... .. .	33,7	59,8
Barco ... .. .	2,2	1,2
Auto stop ... .. .	0,3	0,4
Otros ... .. .	0,1	0,1

## CUADRO III/5

## NUMERO DE DIAS DE ESTANCIA MEDIA EN ESPAÑA POR NACIONALIDADES

NACIONALIDAD	D í a s	
	1964	1970
Total extranjero ... .. .	18,2	19,7
Alemania ... .. .	17,8	20,5
Francia ... .. .	18,6	21,6
Reino Unido ... .. .	16,1	16,6
Italia ... .. .	16,7	18,8
Portugal ... .. .	15,0	19,8
Benelux ... .. .	17,5	19,0
Países escandinavos ... .. .	17,2	16,9
Suiza ... .. .	17,6	19,4
Austria ... .. .	17,6	19,8
Estados Unidos y Canadá ... .. .	21,9	25,1
Hispanoamérica ... .. .	38,7	34,0
Otras ... .. .	20,2	24,3
Españoles residentes en el extranjero ... .. .	24,9	43,9

CUADRO III/6  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES POR CATEGORIA  
SOCIO-ECONOMICA

CATEGORIA SOCIO-ECONOMICA	1964	1970
Empleadores y empresarios del sector agrario ... ..	1,1	0,9
Empleadores y empresarios del sector industrial ... ..	6,9	6,1
Empleadores y empresarios del sector servicios ... ..	5,1	4,7
Trabajadores independientes ... ..	7,1	5,5
Profesiones liberales ... ..	16,3	11,9
Directivos y cuadros superiores de empresas y sociedades ... ..	9,7	7,5
Cuadros medios de empresas y sociedades ... ..	18,4	16,4
Obreros calificados ... ..	13,2	19,4
Obreros no calificados ... ..	1,3	2,1
Personal de servicio ... ..	4,0	9,2
Estudiantes ... ..	9,2	10,0
Población inactiva ... ..	4,8	3,3
Otros ... ..	2,9	3,0

CUADRO III/7  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES POR EL MOTIVO PRINCIPAL  
DEL VIAJE

MOTIVO PRINCIPAL	1964	1970
Vacacional ... ..	86,4	80,1
Cultural ... ..	5,7	4,9
Deportivo ... ..	1,1	0,8
Profesional ... ..	2,0	1,3
Curativo ... ..	1,6	1,2
Afectivo ... ..	1,1	1,8
Religioso ... ..	0,2	—
Otros motivos ... ..	1,9	9,9

CUADRO III/8  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LA FORMA DE VIAJE,  
TENIENDO EN CUENTA CON QUIENES VIAJO, SI EL VIAJE FUE  
ORGANIZADO POR AGENCIA Y SI FUE COLECTIVO O PARTICULAR

FORMA DEL VIAJE	1964	1970
<i>Con quiénes viajó.</i>		
Solo ... ..	13,3	9,0
Con familiares ... ..	63,3	63,4
Con amigos ... ..	23,4	27,6

FORMA DE VIAJE	1964	1970
<i>Organizado por Agencias.</i>		
Sí ... ..	39,3	59,5
No ... ..	60,7	40,5
Colectivo ... ..	25,0	42,1
Particular ... ..	75,0	57,9

#### IV. LOS PRESUPUESTOS DE GASTOS EN ESPAÑA

Los efectos económicos del turismo sobre nuestra economía, como es sabido, son de singular importancia. Esta circunstancia obliga y aconseja a que el capítulo referente al presupuesto se analice con detenimiento y cuidado. La necesidad que tiene la Balanza de Pagos española de las divisas que proceden de los turistas extranjeros es grande, en razón del desequilibrio constante de la Balanza Comercial. Continuamente se oye hablar del impacto del sector sobre el desarrollo nacional y de las posibles consecuencias negativas que se producirían si un día faltase la corriente monetaria, medida en dólares, que año tras año ocasionan los visitantes que llegan a las playas y rincones de la geografía española.

El público en general y la prensa en algunos momentos se quejan de la fuerte depreciación del turismo extranjero que invade nuestro país. Es frecuente escuchar repetidas lamentaciones acerca del pequeño presupuesto de gasto que tienen los turistas, que acuden a España atraídos principalmente por un índice de precios que les favorece respecto a los precios de sus lugares de procedencia.

En las encuestas que comentamos hay dos apartados que tratan las características económicas y que podrían ser denominados parte fundamental del trabajo. En este capítulo se estudia el presupuesto y en el siguiente el gasto medio por turista y día.

Antes de entrar en una consideración especial y crítica de los resultados, comentaremos los cuadros que ilustran el punto y que son el resumen de las tablas que figuran en las encuestas. Solamente se han escogido las tres distribuciones que presentamos con objeto de no complicar en exceso la exposición del epígrafe.

El cuadro IV/1, a causa de no incluir la encuesta de 1964, la estimación del presupuesto medio por nacionalidades, recoge sólo la refe-

rida evaluación para el año 1970. En el cuadro se aprecia una gran desigualdad en el gasto según las diferentes nacionalidades. Se destaca los altos valores alcanzados por los turistas que vienen del continente americano; sin embargo, no deben ni pueden ser comparados entre sí dichas estimaciones, ya que los presupuestos están influidos profundamente por el número de días de permanencia y la estancia media, como se expuso en el capítulo anterior, no es la misma para los turistas de cada nacionalidad.

El cuadro número IV/2 compara el presupuesto medio del turista por zonas visitadas. En el presente estudio se pretende, como objetivo fundamental, reflejar las contestaciones, resultados y opiniones que aparecen en las encuestas. No desea, como aspecto básico, entrar en la discusión y crítica de la metodología, sistemática, trabajo de campo, recopilación, tabulación y, sobre todo, los resultados que se ofrecen, ello obligaría a otro tipo de estudio. Sin embargo, el conjunto de los resultados económicos, si efectuamos su análisis y comparación, nos parece muy poco lógico. Hay dos razones claras que justifican tal apreciación. La primera, la elevación en España del índice general del coste de la vida, pues puede estimarse en un 45 por 100, la pérdida del poder adquisitivo de la peseta desde 1964 a 1970. La segunda, el aumento de la estancia media de los turistas. ¿Cómo es posible que costando más la estancia y siendo mayor el número de días de permanencia en España, le resulte al turista más barata su vacación? Esto, sin lugar a dudas, entra dentro de lo absurdo y hace dudar de la fiabilidad de la encuesta de 1970, a la cual hasta ahora no hemos deseado criticar ni hacer objeciones. Por otra parte, la disminución del presupuesto no puede estar justificada en la pérdida de calidad del turismo, puesto que, como ya se vio en otro apartado, el deterioro de la categoría socioeconómica no era tan significativa como para motivar el descenso del gasto al nivel que la encuesta presenta. Por el contrario, sería necesario establecer como hipótesis que el gasto ha tenido que elevarse a causa de la mayor estancia, ya que sólo una permanencia desahogada, económicamente, permitiría aumentar aquélla; de otra manera sería más interesante pasar menos días, pero gozar de un número superior de satisfacciones. El cuadro IV/2 muestra el presupuesto medio por turista a escala nacional y señala su decrecimiento muy acusadamente, cosa que nos parece muy difícil que haya podido producirse. A excepción de alguna zona muy específica, en donde el crecimiento nos parece un hecho real,

debemos confiar escasamente en los valores obtenidos, por lo ilógico de la disminución de los presupuestos.

El último cuadro del capítulo trata la distribución de los visitantes según el importe de sus presupuestos. La excesiva agregación del intervalo séptimo descompone parcialmente la forma de la distribución, sin embargo, considerando que en 1970 más de un 85 por 100 de la población se encuentra integrada en los seis primeros intervalos de clase, en donde se han agrupado a los turistas, puede hacerse un breve comentario al cuadro. Tanto en la primera como en la segunda encuesta se aprecia que el porcentaje mayor se sitúa en el segundo intervalo. Intervalo de valores muy pequeños que hacen dudar de la posibilidad de que una porción tan importante de la demanda esté incluida en él. El presupuesto más frecuente, como se observa, está comprendido entre 3.001 y 6.000 pesetas, a pesar de que sus valores difícilmente permitirían una estancia media en España de 19,8 días, lo que produciría un gasto para el grupo de personas pertenecientes a dicho intervalo de 225 pesetas por día. Debe resaltarse también que más de un 50 por 100 de la población tiene un presupuesto por turista inferior a las 9.000 pesetas. Volviendo a la consideración de la estancia media tendríamos que convenir que el turismo del mes de agosto es pobre en los resultados económicos que origina. Indudablemente, si ponemos nuestra atención en este apartado de la encuesta, llegaríamos a la conclusión de que verdaderamente se ha depreciado el sector en los seis años transcurridos desde la encuesta de 1964, pero si estudiamos los valores de crecimiento que figuran en el cuadro I/2, advertiríamos que el incremento del número de llegados ha supuesto solamente el 70,9 por 100, mientras que el incremento de los ingresos turísticos ha significado un 82,9 por 100, lo que quiere decir que no es exacto que los turistas gasten menos, puede aceptarse como posición intermedia que gasten igual, porque lo que se observa en las tasas de aumento es la elevación del gasto, ya sea por causa del efecto del índice general de precios, ya por una mejora del turismo invernal no considerado en las encuestas, ya por la inexactitud de las respuestas dadas a los encuestadores por los turistas. Todo lo expuesto desfigura la representatividad de los valores obtenidos y publicados en la encuesta de 1970, por lo que el grado de fiabilidad que habremos de concederle no puede ser muy grande.

CUADRO IV/1  
ESTIMACION DEL PRESUPUESTO MEDIO POR NACIONALIDADES  
(Encuesta de 1970)

NACIONALIDAD	Presupuesto medio por turista (en ptas.)
Total .....	13.056
Total extranjeros .....	13.004
Alemania .....	11.345
Francia .....	12.512
Reino Unido .....	10.624
Italia .....	19.256
Portugal .....	16.789
Benelux .....	11.619
Países Escandinavos .....	11.245
Suiza .....	12.273
Austria .....	13.204
EE. UU y Canadá .....	33.197
Méjico y América Central .....	42.552
América del Sur .....	40.682
Otros .....	19.556
Españoles residentes en:	31.900
Hispanoamérica .....	59.460
Países europeos .....	20.818
Otros .....	24.492

CUADRO IV/2  
EL PRESUPUESTO MEDIO DEL TURISTA POR ZONAS VISITADAS  
(En pesetas)

ZONAS	1964	1970
Costa Brava y Garraf .....	11.569	10.563
Costa de Levante .....	10.120	10.401
Costa Alicante .....	11.911	9.403
Costa de Sureste .....	9.352	16.942
Costa de Sol .....	21.100	17.909
Costa Atlántico-Andaluz .....	14.675	17.090
Costa Atlántico-Norte .....	19.523	41.328
Costa Cantábrica .....	8.062	14.211
Pirineos .....	5.272	7.126
Madrid (capital) .....	29.945	28.518
Barcelona (capital) .....	16.917	24.246
Palma de Mallorca .....	17.122	10.801
Turismo Viajero I .....	16.125	24.960
Turismo Viajero II .....	14.018	11.366
Baleares (excepto Palma de Mallorca) .....	16.212	10.769
Canarias .....	32.674	15.950
Expansión Costa Brava .....	7.663	12.776
Balnearios .....	15.203	21.530
Otras .....	20.991	—
Total nacional .....	15.055	12.602

CUADRO IV/3  
DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN EL IMPORTE DE SUS  
PRESUPUESTOS  
(En porcentajes)

PRESUPUESTO	1964	1970
Hasta 3.000 pesetas ... ..	6,3	7,6
De 3.001 a 6.000 ... ..	18,8	25,9
De 6.001 a 9.000 ... ..	17,5	23,6
De 9.001 a 12.000 ... ..	16,8	16,9
De 12.001 a 15.000 ... ..	11,9	7,7
De 15.001 a 18.000 ... ..	7,7	5,2
Mas de 18.000 ... ..	21,0	13,1

## V. EL GASTO MEDIO DIARIO DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS

En el capítulo anterior establecimos una serie de supuestos que querían demostrar la falta de exactitud de algunos de los resultados de la encuesta de 1970. En este apartado, también de índole económica, nos encontramos con el mismo problema a la hora de realizar un análisis comparativo entre los datos obtenidos en los dos años considerados. La utilidad del conocimiento del gasto medio es grande, ya que dicho valor es indicativo del poder de compra o de adquisición del turista y de su nivel económico. En relación con el presupuesto de gasto, esta variable es más significativa puesto que está influida por el número de días que duró o durará la estancia. Por ser un simple promedio reúne todos los defectos de las unidades de posición, a pesar de que en el caso que se estudia, el gasto diario fue ponderado por el número de turistas, distribuidos según la característica o modalidad que se escogía. Un fenómeno que ocurre siempre y que no deja de producirse en ninguna ocasión es la elevación del gasto, de una persona, de un año en comparación con el anterior. El efecto superación, juntamente con el alza del nivel de renta y el aumento de la renta disponible por la liberación de ésta por otro lado, son causas que justifican que el gasto medio del turista se incremente de un período a otro. Sin embargo, se podría esgrimir en contra de lo manifestado, que realmente no existe una disminución del gasto personal, sino que aquellos que se incorporan por primera vez lo hacen a un nivel inferior, que es la

razón que produce el decrecimiento que se observa comparando las encuestas que se comentan. Hay que resaltar entonces, ante tales argumentos, que una peseta de 1964 en 1970 pasó a valer 1,45 pesetas, lo que quiere decir que el índice general de precios o el coste de la vida en España no permaneció constante, por lo que todo consumo o pago de un servicio sufrió una fuerte elevación en su precio, que a la fuerza tuvo que repercutir en el aumento del gasto medio por turista, aspecto que la encuesta de 1970 parece negar.

Observemos lo que nos señalan los cuadros que resumen la característica tratada. El V/1 recoge la estimación del gasto medio diario durante el mes de agosto, considerando las diferentes nacionalidades. El gasto medio general presenta un claro decrecimiento de 1964 a 1970. Sin embargo, son varios los países en los que se aprecia que los turistas, que proceden de ellos, elevaron su gasto. Por el contrario, un mayor número redujeron la cuantía de aquél. Se considera lógico que, el grupo de naciones americanas sea emisor de turistas con un nivel de gasto superior, pero es extraño, por otra parte, que Portugal sea el país europeo con turistas de más altas posibilidades. Esto puede entenderse si se tiene en cuenta que los portugueses realizan breves estancias en España con la finalidad principal de comprar diversos bienes, que no podrían adquirir en su tierra de origen, mas se habrá de dudar de la veracidad de este resultado. En cuanto al menor gasto, son los franceses los visitantes que aparecen con la cifra más baja, habiendo disminuido bastante desde el año 1964. Pero como ya se dijo en páginas anteriores, es muy difícil aceptar este descenso porque la tendencia es totalmente distinta.

El siguiente cuadro ofrece la estimación del gasto medio diario en el mes de agosto, pero ahora considerando las zonas en las que se ha clasificado el país según la metodología de las encuestas ya referidas. Como es lógico, el gasto medio general es el mismo, que se señala en el cuadro anterior, en razón de que este viene a ser el promedio que se obtiene al dividir el gasto total realizado entre el número de turistas; por tanto, es igual que se analice la distribución respecto a las nacionalidades que teniendo en cuenta las zonas visitadas. Es interesante, a pesar de lo dicho, el estudio del gasto por área o zona. Así podemos indicar que según las encuestas, Madrid tiene un turismo de mayor gasto seguido del de Barcelona y Canarias. Lo cual quiere decir que las grandes ciudades, con sus innumerables lugares de diversión, su gran

porcentaje de hoteles de lujo y otras características especiales atraen de forma importante a aquella fracción de la demanda económicamente mejor dotada. Por el contrario se observa que zonas como los Pirineos, Costa de Levante y Expansión Costa Brava, tienen un bajísimo gasto medio diario y, por tanto, un turismo de categoría económica inferior.

En el cuadro número V/3 aparece la distribución de los visitantes según el importe del gasto medio, agrupándose éste en intervalos de clase de amplitud 300 pesetas. Se observa un decrecimiento de los porcentajes desde el primer intervalo. Además, como hecho de gran significación, que aproximadamente un 50 por 100 de los encuestados figuran en el grupo más bajo; es decir, con gasto por día inferior a las 300 pesetas. Por otra parte, si comparamos los resultados de la encuesta de 1964 con la de 1970 se apreciará que se ha producido una disminución de las personas pertenecientes a los intervalos situados en el final del recorrido y un aumento importante del porcentaje del primer estrato. En puntos anteriores quedó establecido cuál era la impresión general que se captaba en el estudio de los valores económicos resultantes de las encuestas, por lo que aquí no volveremos a profundizar en ello.

Finalmente, como último cuadro del capítulo, figura el V/4, que muestra la distribución del gasto medio diario de los visitantes en los conceptos de mayor relieve. Se ha de destacar que parece totalmente improbable, que se haya producido un descenso tan radical entre los dos años considerados para los capítulos Alojamientos y Alimentación. Sobre todo en cuanto al primero. Esto sólo hubiese podido ocurrir en el caso de que los precios hoteleros, por lo menos, siguiesen inamovibles desde 1964, o que el presupuesto de gasto se hubiera elevado en proporción muy acusada, circunstancia que no se ha producido en nuestro turismo tal como quedó expuesto en otros puntos. Las declaraciones de los turistas o son incorrectas o están desfiguradas puesto que es imposible aceptar la distribución del gasto tal como se expone en el cuadro que comentamos. Son muy altos los porcentajes de gasto destinados a la compra de bienes y a diversiones y espectáculos. No se puede comprender de ningún modo que en estos conceptos se gaste siete o seis veces más que en alojamiento. Sería algo anormal, que queda fuera de la lógica.

CUADRO V/1  
ESTIMACION DEL GASTO MEDIO DIARIO EN EL MES DE AGOSTO,  
POR NACIONALIDADES  
(En pesetas)

NACIONALIDAD	1964	1970
Alemania ... ..	358	544
Francia ... ..	520	480
Reino Unido ... ..	562	562
Italia ... ..	1.048	875
Portugal ... ..	731	934
Benelux ... ..	477	578
Países Escandinavos ... ..	571	557
Suiza ... ..	634	677
Austria ... ..	417	655
EE. UU y Canadá ... ..	1.707	1.352
Méjico y América Central ... ..	2.444	2.132
América del Sur ... ..	2.444	1.854
Otros ... ..	987	812
<i>Españoles residentes en:</i>		
Hispanoamérica ... ..	1.942	1.551
Países europeos ... ..	80	613
Otros ... ..	195	792
Total ... ..	624	602

CUADRO V/2  
ESTIMACION DEL GASTO MEDIO DIARIO EN EL MES DE AGOSTO,  
POR ZONAS VISITADAS  
(En pesetas)

ZONAS VISITADAS	1964	1970
Costa Brava y Garraf ... ..	520	487
Costa de Levante ... ..	397	387
Costa Alicantina ... ..	371	455
Costa del Sureste ... ..	284	403
Costa de Sol ... ..	760	755
Costa Atlántico-Andaluzá ... ..	626	690
Costa Atlántico-Norte ... ..	668	932
Costa Cantábrica ... ..	396	567
Pirineos ... ..	332	314
Madrid (capital) ... ..	1.802	1.841
Barcelona (capital) ... ..	935	962
Palma de Mallorca ... ..	738	668
Turismo Viajero I ... ..	852	697
Turismo Viajero II ... ..	766	448
Baleares (excepto Palma de Mallorca) ... ..	600	556
Canarias ... ..	1.077	822
Expansión Costa Brava ... ..	567	377
Balnearios ... ..	536	1.051
Otras ... ..	782	—
Total nacional ... ..	624	602

## CUADRO V/3

## DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN EL IMPORTE DEL GASTO MEDIO DIARIO

(En porcentajes)

GASTO MEDIO DIARIO	1964	1970
Hasta 300 pesetas ... ..	34,9	48,6
De 301 a 600 pesetas ... ..	34,3	27,1
De 601 a 900 pesetas ... ..	14,0	9,2
De 901 a 1.200 pesetas ... ..	6,6	6,1
De 1.201 a 1.500 pesetas ... ..	3,2	2,6
De 1.501 a 1.800 pesetas ... ..	1,7	1,3
Más de 1.801 pesetas ... ..	5,3	5,1

## CUADRO V/4

## DISTRIBUCION DEL GASTO MEDIO DIARIO DE LOS VISITANTES POR LOS CONCEPTOS MAS IMPORTANTES

(En porcentajes)

CONCEPTO	1964	1970
Alojamiento ... ..	17,8	5,3
Comida ... ..	24,4	16,0
Transportes ... ..	5,4	6,6
Diversiones y espectáculos ... ..	14,9	32,0
Compra de bienes ... ..	37,5	39,2
Asistencia sanitaria ... ..	—	0,9

## VI. LOS BIENES COMPRADOS

En el epígrafe anterior se observa que, en la estructura del gasto medio diario de los visitantes, había aumentado el concepto de «compra de bienes» de 1970 respecto a 1964. Por otra parte, la porción del presupuesto dedicada a la adquisición de objetos y recuerdos, destinados en su mayoría a ser trasladados a los países de origen de los turistas, es no sólo importante sino la más elevada muy por encima de los otros renglones del gasto. Las posibilidades que ofrece España, en este aspecto son grandes, puesto que los precios que rigen en el mercado, juntamente con una variada y atractiva artesanía española favorecen e impulsan esta exportación.

Si tenemos en cuenta el porcentaje de 1970, extraído de la encuesta y lo aplicamos sobre los ingresos globales turísticos del año —aunque esto no sea muy correcto y exacto, ya que la estructura del gasto variará de mes en mes— con el fin de conocer cuál es el volumen de las exportaciones realizadas por los mismos turistas, habremos hecho un experimento en cierto modo interesante, ya que nos dará una prueba efectiva sobre la verosimilitud de la distribución del gasto. Operando de esta forma, obtendremos la cifra de 659 millones de dólares, valor del total de bienes comprados por los turistas durante el año 1970. Si ahora consideramos que en dicho año las exportaciones totales alcanzaron aproximadamente una cuantía de 2.400 millones de dólares, tendremos la impresión de que los visitantes extranjeros llevaron a cabo unas exportaciones adicionales, que superaron bastante el 25 por 100 de las que figuran en la Balanza Comercial. Aunque realmente, el procedimiento de estimación ha sido tosco y escasamente científico, nos da la suficiente base para que dudemos de aquella distribución del presupuesto del turista y, por tanto, del elevadísimo porcentaje dedicado a la compra de bienes. No se puede creer que el capítulo de objetos de recuerdos y de otros tipos semejantes de bienes, como los que se observan en el cuadro VI/1, lleguen a la cifra de ventas para los turistas extranjeros de 659 millones de dólares, cuando se conoce que las exportaciones de productos del reino vegetal significaron en el mismo año un valor cercano a los 400 millones de dólares. Lo anteriormente expuesto, no pretende invalidar ni mucho menos, el relieve de la industria de exportación de bienes adquiridos por los visitantes. La importancia de este sector de la economía española lo demuestra la preocupación de la Administración organizando la Industria Nacional de Artesanía. Pero en el momento de estudiar los valores y las estadísticas seamos justos y demos el valor real a cada fenómeno, sector o producto, de otra manera podremos caer en un terrible confusionismo.

Seguidamente, volviendo a las encuestas, comentaremos el cuadro VI/1. Lo primero que se aprecia en la tabla es una distinta especificación en la forma en que se ha hecho el cálculo de los porcentajes. En la encuesta de 1964, se ha distribuido el total de los turistas en porcentajes según los bienes que compraron, de tal modo se observa que todos los visitantes principales compraron, en especial alguno de los bienes que se señalan en el cuadro. Circunstancia que parece un poco extraña. Sin embargo, considérese que al existir en el cuestionario una pre-

gunta dedicada a los bienes comprados, generalmente siempre se contestó a ella, clasificándose después los resultados de la forma expuesta. En 1970, no se siguió el mismo procedimiento, ya que se destacan diferencias muy profundas. La encuesta toma como cien los totales de los visitantes principales, aunque estos no son la suma de las columnas respectivas, pero se indica de aquella forma, para que se pueda apreciar qué porcentajes han comprado de cada uno de los bienes. Se añade dos nuevos renglones o grupos que no aparecían en 1964, el primero denominado «no consta qué bienes» y el segundo «no compró bienes».

Antes de hacer otro comentario debe subrayarse que las dos columnas no permiten ningún tipo de comparación, ya que hemos establecido una serie de razones que lo justifican. También, es curioso resaltar la diferencia que se distingue al leer el gran porcentaje de los turistas que «no compraron bienes». ¿Cómo es posible este cambio tan profundo? La respuesta debe encontrarse en el hecho de que la metodología o especificación de los valores no ha sido la misma. No puede entenderse que en 1964, todos los turistas compraran bienes y en 1970 más de la mitad no lo hiciesen. Por ello es conveniente que de nuevo se diga que son incomparables los resultados que aparecen en las dos columnas.

De todos modos es interesante que brevemente, se haga una análisis de los porcentajes de cada año. En 1964 puede verse que el capítulo más importante corresponde a «recuerdos», igual que en 1970, seguido de «prendas de vestir, materias textiles», «artículos de regalo» y «calzado». En la segunda encuesta tras el capítulo de «recuerdos», figuran por la importancia cuantitativa de los porcentajes: «bebidas», «prendas de vestir», «calzado» y «artículos de regalo». Poco más o menos los mismos bienes. Un estudio más detenido de los tantos por ciento expresaría una mayor información acerca de los deseos y apetencias de bienes de los turistas.

## CUADRO VI/1

DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LOS BIENES COMPRADOS  
(En porcentajes)

BIENES COMPRADOS	1964	1970
Artículos alimenticios ... ..	0,7	1,9
Bebidas ... ..	4,7	3,9
Tabaco ... ..	2,1	1,4
Calzado ... ..	8,7	2,9
Prendas de vestir y materias textiles ... ..	10,3	3,4

BIENES COMPRADOS	1964	1970
Prendas de peletería y cuero ... ..	1,2	0,5
Prendas especiales (bolsos sombreros, mantillas, etc.) ...	6,9	2,3
Lencería, encajes y bordados ... ..	2,1	0,4
Artículos de viaje ... ..	0,4	0,1
Otros artículos de piel y cuero ... ..	2,3	1,2
Perfumes, jabones y cremas ... ..	2,4	1,1
Cerámica, vidrio y porcelana ... ..	1,5	1,1
Material fotográfico ... ..	0,7	0,4
Relojería y joyería ... ..	2,1	0,7
Discos ... ..	1,1	0,4
Juguetes, deportes y playa ... ..	2,7	2,5
Artículos fumador ... ..	0,7	0,2
Artesanía madera tallada ... ..	0,7	0,8
Artesanía, hierro forjado y damasquinado ... ..	1,4	0,5
Guitarras ... ..	0,4	0,2
Abanicos ... ..	1,7	0,2
Muñequería ... ..	2,5	0,6
Antigüedades ... ..	0,7	—
Bisutería ... ..	2,7	1,3
Artículos de regalo ... ..	7,5	2,6
Recuerdos ... ..	19,8	7,6
Libros y revistas ... ..	2,0	1,1
Postales ... ..	4,1	1,6
Otros sin especificar ... ..	5,9	1,4
No consta qué bienes ... ..	—	0,5
No compró bienes ... ..	—	69,3

NOTA.—En 1970 la suma no es igual a 100. Los porcentajes señalan qué tanto por ciento de los visitantes principales han comprado cada uno de los bienes.

## VII. LAS OPINIONES DE LOS VISITANTES

Una de las más importantes finalidades de toda encuesta es el análisis de las características del mercado, fenómeno u otro aspecto que se estudie, según la impresión personal de los entrevistados. El mejoramiento de las características en caso de que exista una situación con leves deformidades o graves defectos, podrá llevarse a cabo mucho mejor si se cuenta con la opinión de aquellas personas que son la causa principal del fenómeno.

El caso que aquí se estudia es típico de investigación por medio de la encuesta. Encuestas que pueden dar un gran conocimiento de la problemática, contrastando los pareceres de la población que interviene en el proceso.

En 1964, en el cuestionario de la encuesta se insertaron dentro del grupo de cuestiones «otros aspectos», tres preguntas que deseaban cap-

tar la impresión general que les causaba España en su estructura básica general, a los turistas a quienes se dirigía el estudio. Sin embargo, a los técnicos responsables del trabajo no les pareció apropiada la publicación de los resultados de este apartado o acaso consideraron que aquellos no eran representativos y estaban deformados o desfigurados por fallos metodológicos del trabajo de campo. La realidad es, que para dicho año la encuesta salió a la calle faltándole el mencionado apartado. En la de 1970, se decidió la publicación de este aspecto y aunque si no de gran trascendencia sí de cierto interés porque se compulsa la opinión general de los turistas, tomándose conciencia de los defectos que más les llaman la atención, así como de los aspectos que más les agradan. Se finaliza la encuesta recogiendo un conjunto de sugerencias que pueden ser de utilidad práctica en el momento de establecer un programa de promoción. Por supuesto, a nadie preocupado por el desarrollo del sector turístico, le resultarán nuevas las ideas que de las sugerencias pueden extraerse, pero sí les confirmarán sus puntos de vista personales sobre la aplicación de una serie de medidas que proporcionarían un gran apoyo a la evolución y mejora de la calidad de la demanda turística española.

A causa de que no existen datos oficiales, sobre las opiniones de los visitantes encuestados en 1964, comentaremos por separado los resultados de 1970.

El cuadro VII/1 presenta la distribución de los visitantes según los motivos de agrado. Hay que resaltar, como se lee en las notas a los cuadros, que la suma de los porcentajes de la columna no suma 100. Los porcentajes indican solamente cómo se manifiestan los visitantes temporales acerca de los motivos de agrado que se han considerado, así como en los demás cuadros respecto a los motivos de desagrado y sugerencias dadas. Estudiando el primer cuadro apreciamos que el motivo del mayor agrado es el clima, seguido del carácter, vida y costumbres españolas. Ocupa también un lugar privilegiado las playas de nuestra geografía y el paisaje. El análisis de estos porcentajes puede expresarnos con cierta claridad un hecho que todos conocemos. El aspecto natural, la infraestructura natural es la causa fundamental de nuestra pujanza turística. Se observa que otros motivos en los cuales se cree y en los que se realiza un profundo esfuerzo para dotarles mejor, quedan distantes en el momento de que el turista manifieste su prioridad o preferencia en los gustos; es el ejemplo de los alojamientos turísticos, los precios y el coste de la vida, a pesar de que tanto los primeros con

unas instalaciones muy modernas y de gran confort, como los segundos a nivel competitivo que nos sitúa por delante de las demás naciones en este aspecto, son resaltados mucho menos como causas preferentes de la atracción turística española.

El cuadro VII/2 muestra la distribución de los visitantes según los motivos de desagrado. Es interesante que se resalte que un porcentaje elevado se manifiesta muy favorablemente respecto al turismo español, indicando que no encuentran ningún motivo de desagrado. Realmente, esto no puede ser razón para que se crea que nuestra oferta, tanto en su infraestructura, como en los aspectos generales es perfecta. Los defectos son muchos y deben ser corregidos lo antes posible. Sin embargo, los motivos que los visitantes escogen no son típicamente de índole económica o infraestructural, a excepción de algunos como los precios, el mal estado de las carreteras y la falta de limpieza en las playas. Se hace una mayor crítica de aspectos sociales y costumbristas como los ruidos nocturnos, las comidas, las ciudades modernas, etc. De todos modos, a pesar de que la encuesta no es lo suficientemente explícita y clara y al tiempo exacta como se desearía, es conveniente que no se olviden las enseñanzas que puede dar la opinión continuada de los turistas, si no queremos ver cómo el fenómeno pierde el vigor que actualmente tiene en nuestro país.

Por último, el cuadro VII/3, fija la distribución de los visitantes según las sugerencias dadas con objeto de crear una estancia más agradable. Verdaderamente, no existe un porcentaje elevado que indique una idea general de mejora o transformación. Se destacarán como sugerencias más repetidas el procurar mejorar servicios en alojamientos y restaurantes y el obligar a una mayor limpieza en playas y ciudades.

#### CUADRO VII/1

DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LOS MOTIVOS DE AGRADO  
(En porcentajes)

MOTIVOS DE AGRADO	1970
Todo ... ..	6,9
El carácter, vida y costumbres españolas ... ..	22,6
Los espectáculos y fiestas típicas ... ..	5,6
El clima ... ..	36,5
Las playas ... ..	17,2
El paisaje ... ..	8,4
Los Paradores Nacionales ... ..	—

MOTIVOS DE AGRADO	1970
Los alojamientos turísticos ... ..	6,5
El orden social y público ... ..	0,7
El progreso y desarrollo observado ... ..	0,7
Las comidas y bebidas ... ..	5,6
Los precios y el coste de la vida ... ..	2,6
Los lugares histórico-monumentales ... ..	4,0
Las ciudades ... ..	5,7
Las carreteras y el tráfico ordenado ... ..	0,6
Aspectos aislados ... ..	1,8
No consta ... ..	4,9

NOTA.—La suma de los porcentajes de la columna no suma 100, se indica así para que pueda apreciarse qué porcentaje ha expresado cada uno de los motivos de agrado.

## CUADRO VII/2

## DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LOS MOTIVOS DE DESAGRADO

(En porcentajes)

MOTIVOS DE DESAGRADO	1970
Nada ... ..	23,7
Los ruidos nocturnos ... ..	5,7
El mal estado de las carreteras ... ..	3,9
Informalidad en la reserva de alojamiento ... ..	0,6
Las comidas ... ..	9,9
Los ferrocarriles ... ..	0,6
La dificultad de hallar alojamiento ... ..	0,8
El piropo a la mujer en la calle ... ..	0,4
El horario de los Bancos ... ..	—
Falta de pulcritud en algún alojamiento ... ..	3,7
Abuso en el precio de las habitaciones ... ..	0,3
La circulación y el tráfico ... ..	4,2
Falta de más indicadores en las carreteras ... ..	0,3
Falta de limpieza en las playas ... ..	6,8
La gente que pide limosna ... ..	0,3
Faltan empleados bilingües en servicios ... ..	0,6
Las ciudades modernas ... ..	3,5
La lentitud en los servicios ... ..	2,9
Otros aspectos aislados ... ..	13,7
No consta ... ..	16,9

NOTA.—La suma de los porcentajes de la columna no suma 100, se indica así para que pueda apreciarse qué porcentaje ha expresado cada uno de los motivos de desagradado.

## CUADRO VII/3

DISTRIBUCION DE LOS VISITANTES SEGUN LAS SUGERENCIAS  
DADAS PARA UN ESTANCIA MAS AGRADABLE

(En porcentajes)

SUGERENCIA PARA UNA ESTANCIA MAS AGRADABLE	1970
Nada ... ..	25,3
Más alojamientos ... ..	0,6
Mejores servicios en alojamientos y restaurantes ... ..	5,7
Más y mejores transportes colectivos ... ..	1,1
Mejores carreteras y señalización ... ..	2,2
Más centros de orientación y ayuda ... ..	0,9
Empleados bilingües en los servicios ... ..	0,5
Menos ruidos nocturnos ... ..	2,0
Más indicadores de museos y monumentos ... ..	0,1
Más limpieza en playas y ciudades ... ..	3,1
Precios más reducidos y estables ... ..	1,8
Mejorar el tráfico en las ciudades ... ..	0,8
Horario de actividad que empezará antes ... ..	0,1
Otros aspectos aislados ... ..	16,1
Sin sugerencias ... ..	41,3

NOTA.—La suma de los porcentajes de la columna no suma 100, se indica así para que pueda apreciarse qué porcentaje ha expresado alguna sugerencia para una estancia más agradable.

A N E X O

CUESTIONARIOS DE LAS ENCUESTAS SOBRE TURISMO RECEPTIVO  
DE 1964 y 1970



**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA**

Encuesta sobre Turismo Receptivo

MES DE AGOSTO DE 1964

Mod. T.R. 1

Zona	

Provincia	

**CUESTIONARIO DE TURISTA EXTRANJERO (1)**

N.º Cuestionario			

Zona \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_

Municipio \_\_\_\_\_ Entidad de Población \_\_\_\_\_

Denominación del alojamiento en que se halla el entrevistado \_\_\_\_\_

Domicilio \_\_\_\_\_ Habitación n.º \_\_\_\_\_

**DATOS DEL TURISTA**

**1.º Sexo**

- 1.—Varón
- 2.—Mujer

1-5.	

**2.º Categoría socio-económica**

- 01.—Empleadores y empresarios del sector agrario
- 02.—Empleadores y empresarios del sector industrial
- 03.—Empleadores y empresarios del sector servicios
- 04.—Trabajadores independientes
- 05.—Profesiones liberales
- 06.—Directivos y cuadros superiores de empresas y sociedades
- 07.—Cuadros medios de empresas y socdes.
- 08.—Obreros calificados
- 09.—Obreros no calificados
- 10.—Personal de servicio
- 11.—Estudiantes
- 12.—Población inactiva
- 13.—Otras

2-C.S.E.	

**3.º Nacionalidad (Para extranjeros)**

- 01.—Alemania
- 02.—Francia
- 03.—Reino Unido
- 04.—Italia
- 05.—Portugal
- 06.—Bélgica
- 07.—Países Escandinavos
- 08.—Suiza
- 09.—Austria
- 10.—Estados Unidos y Canadá
- 11.—Hispano-América
- 12.—Otras

3-N.	

**4.º País de residencia (Para españoles residentes en el extranjero)**

- 1.—Hispano-América
- 2.—Países europeos
- 3.—Otras

4-R.	

**5.º Número de días que piensa estar en España**

- 0.—0
- 1.—1

5-E.	

- 2.—2-3
- 3.—4-5-6
- 4.—7 a 12
- 5.—13 a 18
- 6.—19 a 29
- 7.—30 a 60
- 8.—61 a 90
- 9.—Más de 90

**DATOS DEL VIAJE**

**6.º Medios de transporte utilizados**

- 1.—Coche turismo
- 2.—Coche turismo con remolque habitable
- 3.—Autocar
- 4.—Motocicleta o velomotor
- 5.—Ferrocarril
- 6.—Avión
- 7.—Barco
- 8.—Auto-stop
- 9.—Otras

6-M.T.	

**7.º Clase de alojamiento  
HOTELES Y RESIDENCIAS**

- 1.—Lujo y 1.º A.
- 2.—1.º B. y 2.º
- 3.—Otras

7-A.	

**PENSIONES**

- 4.—Lujo y 1.º
- 5.—Otras
- 6.—Apartamentos
- 7.—Motels y bungalows
- 8.—Campings
- 9.—Domicilios particulares
- 10.—Otras

**8.º Con quienes viajó**

- 1.—Solo
- 2.—Con familiares  
Número de los que la acompañan \_\_\_\_\_
- 3.—Con amigos

8-C.	

**9.º Si el viaje estuvo organizado por una agencia**

- 1.—Sí
- 2.—No

9-O.	

10.\* Si el viaje fué colectivo o particular

1. - Colectivo  
2. - Particular

21  
10-C.P.

3. - 6.001 - 9.000  
4. - 9.001 - 12.000  
5. - 12.001 - 15.000  
6. - 15.001 - 18.000  
7. - Más de 18.000

29  
12-P.

11.\* Motivaciones del viaje

1. - Vacacional  
2. - Cultural  
3. - Deportiva  
4. - Profesional  
5. - Curativa  
6. - Afectiva  
7. - Religiosa  
8. - Por tránsito  
9. - Otros motivos

22  
11-M.V.

13.\* ¿Cuanto gastó usted ayer?

1. - Hasta 300 ptas.  
2. - 301 - 600  
3. - 601 - 900  
4. - 901 - 1.200  
5. - 1.201 - 1.500  
6. - 1.501 - 1.800  
7. - Más de 1.800

Pts.

30

33

34  
13-G.

12.\* ¿Cuanto tiene presupuestada para gastos en España?

1. - Hasta 3.000 ptas.  
2. - 3.001 - 6.000

Pts.

23

26

**OTROS ASPECTOS**

1.- Distribución del gasto consignado en la pregunta 13

En alojamiento ..... Pts.      En diversiones y espectáculos ..... Pts.  
En comida ..... Pts.      En compra de bienes ..... Pts.  
En transportes ..... Pts.

¿Qué bienes compró? .....

2.- Rutas Poblaciones de España que ha visitado o piensa visitar en este viaje

Número de días que permaneció o piensa permanecer en cada una de ellas

3.- Su idea de visitar España proviene de:

La familia .....  
Los amigos .....  
Libros, periódicos y revistas .....  
Películas .....

Proyectos y carteles .....  
Agencias de viaje .....  
Otros .....

4.- ¿Qué es lo que más le ha gustado? .....

5.- ¿Qué le ha desagradado? .....

6.- ¿Qué es lo que podría haberle hecho más agradable su estancia? .....

de ..... de .....  
El Agente Viajador.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA**

Mod. V.T. - 1

**ENCUESTA SOBRE VISITANTES TEMPORALES  
EN ESPAÑA  
MES DE AGOSTO DE 1970**

<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	4
<input type="text"/>	2	<input type="text"/>	7
zona		nº del alojamiento	
<input type="text"/>	3	<input type="text"/>	9
categoría del alojamiento		nº del conserje	10
		<input type="text"/>	11
		visitantes temporales en el alojamiento	14

**CUESTIONARIO**

Provincia .....  
 Municipio ..... Entidad de Población .....  
 Denominación del alojamiento hotelero en que se halla el entrevistado .....  
 Dirección del alojamiento hotelero ..... Habitación nº .....  
 Número de visitantes temporales en la habitación .....  
 Número de visitantes temporales principales en la habitación .....  15  
 16

**DATOS DEL TURISTA**

1ª Sexo,

- 1. Varón
- 2. Mujer

17  
I.S.

2ª Categoría socio-económica

- 01. Empleadores y empresarios del sector agrario.
- 02. Empleadores y empresarios del sector industrial.
- 03. Empleadores y empresarios del sector servicios.
- 04. Trabajadores independientes.
- 05. Profesionales liberales.
- 06. Directivos y cuadros superiores de empresas y sociedades.
- 07. Cuadros medios de empresas y sociedades.
- 08. Obreros cualificados.
- 09. Obreros no cualificados.
- 10. Personal de servicio.
- 11. Estudiantes.
- 12. Población inactiva.
- 13. Otros.

18  
 19  
I.C.S.E.

3ª Nacionalidad (Para extranjeros)

- 01. Alemania.
- 02. Francia.
- 03. Reino Unido.
- 04. Italia.
- 05. Portugal.
- 06. Benelux.
- 07. Países Escandinavos.
- 08. Suiza.
- 09. Austria.
- 10. Estados Unidos y Canadá.
- 11. México y América Central.
- 12. Sudamérica.
- 13. Otros.

20  
 21  
I.N.

4ª País de residencia (Para españoles residentes en el extranjero)

- 1. Hispano-América.
- 2. Países europeos.
- 3. Otros.

22  
I.R.

**DATOS DEL VIAJE**

1ª Nº de días que piensa estar en España.

- 01. 0
- 02. 1
- 03. 2-3
- 04. 4-5-6
- 05. 7 a 12
- 06. 13 a 18
- 07. 19 a 29
- 08. 30 a 60
- 09. 61 a 90
- 10. 91 a 120

23  
 24  
I.E.

11. Más de 120. Nº de días .....

6ª Medio de transporte utilizado, para entrar en España.

- 1. Coche turístico.
- 2. Coche turismo con remolque habitable.
- 3. Autocar.
- 4. Motocicleta o velomotor.
- 5. Ferrocarril.
- 6. Avión.
- 7. Barco.
- 8. Auto-stop.
- 9. Otros.

25  
I.M.T.

7ª Con cuántos viajes.

- 1. Solo.
  - 2. Con amigos.
- Con familiares:
- 3. Con uno.
  - 4. Con dos.
  - 5. Con tres.
  - 6. Con cuatro.
  - 7. Con cinco.
  - 8. Con más de cinco. Nº de familiares .....

26  
I.C.

8ª Si el viaje estuvo organizado por una agencia.

- 1. Sí
- 2. No

29  
I.O.

9ª Si el viaje fue colectivo o particular.

- 1. Colectivo.
- 2. Particular.

30  
I.C.P.

10ª Motivo principal del viaje.

- I. Vacacional.
- I.1. Monumentos y obras de arte.
- I.2. Sol y clima.
- I.3. Playas.
- I.4. Montaña.
- I.5. Deportes Náuticos.
- I.6. Otros deportes.
- I.7. Turés.
- I.8. Diversiones.
- I.9. Gastronomía.

31  
 32  
I.M.V.

- 20. Estudios.
- 30. Profesional.
- 40. Curativo.
- 50. Afectivo y familiar.
- 60. Religioso.
- 70. Por tránsito.
- 80. Otros motivos.



## R E S U M E

MANUEL FIGUEROLA PALOMO: *Etude sur les enquêtes de tourisme étranger en Espagne.*

En 1964 on a réalisé en Espagne une enquête de tourisme adressée aux visiteurs étrangers qui pendant le mois d'août passaient la nuit dans le pays. En 1970 la même expérience a été de nouveau répétée, et une seconde enquête du tourisme étranger a été réalisée, en s'appuyant dans la méthodologie systématique et le questionnaire de la première, afin de pouvoir effectuer une analyse comparative des résultats.

La présente étude montre l'évolution des différentes magnitudes et caractéristiques des visiteurs importants, que ces investigations introduisent dans leurs questionnaires. On observe aussi les circonstances qui accompagnent les variations qui se sont produites dans les valeurs de plus de relief. On se préoccupe également d'analyser la méthodologie qui a été employée dans les deux enquêtes et leurs points contigus et de séparation. Finalement on réalise une brève critique des aspects et paragraphes qui se détachent à cause des graves défauts qu'ils présentent, de forme et de quantité. Il offre une vision panoramique de la transformation subie dans la demande touristique qui arrive en Espagne de 1964 à 1970.

## S U M M A R Y

MANUEL FIGUEROLA PALOMO: *An study on foreign tourism canvasses in Spain.*

In 1964 a tourism canvass was realised in Spain addressed to foreign visitors who steg overnight in the country during the month of august. In 1970 the same experience took place, carrying on a second foreign tourism canvass which was developed according to the methodology, sistematic and questionnaire employed in the first, bearing in mind how to make a comparative analysis of the results.

The present study aims to show the evolution of the most important different magnitudes and characteristics of the visitors which investigations were introduced in the said questionnaires.

Equally an inquest is made on the varians circumstances linked to the variations which have been noticed in the values of greater significance. Likewise the author analyses the methods used in both canvasses and the similarities or differences they present. Finally a brief critic is made on the aspects and separated matters which stand out on account of their serious defects on form and quantity.

As a whole, offers a panoramic view of the transformation through which goes the tourism demand arriving in Spain from 1964 to 1970.

## ZUSAMMENFASSUNG

MANUEL FIGUEROLA PALOMO: *Referat über die Umfragen des ausländischen Tourismus in Spanien.*

In 1964 wurde in Spanien eine Tourismusumfrage ausgeführt. Sie war auf die ausländischen Besucher orientiert, die während des August Monats in dem Lande übernachteten. In 1970 wurde diesselbe Erfahrung wiederholt, dass heisst, eine zweite Umfrage des ausländischen Tourismus, die auf die Methodologie, Systematik und Fragebogen der ersten stütztet. Beide hatten im Auge als Ziel eine vergleichende Analyse der Ergebnissen.

Das gegenwärtige Studium zeigt die Entwicklung der verschiedenen Größen und Kennzeichnungen der Besuchenden an. Ebenfalls werden beobachtet die Umstände unter denen finden die Veränderungen statt, die in den Werten mit mehr Bedeutung hergestellt worden sind. Auch wird die auf beide Umfragen angewandte Methodologie und seinen Verwandtschafts- und Absonderungspunkte analysiert. Zuletzt wird eine kurze Kritik gemacht mit Beziehung auf die Aspekte und Abschnitten, die wegen seiner schweren Mangel an Form und Belang sich abheben. Zusammenfassend wird eine Überblick gewonnen über die Verwandlung, die in der touristischen Nachfrage, die nach Spanien seit 1964 bis 1970 angekommen ist, erfahren worden ist.