

UNIVERSIDAD DE ALICANTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES



DOBLE GRADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

*CURSO ACADÉMICO 2020 – 2021*

*Aportación del turismo al crecimiento económico de  
España. Pros y contras de una economía basada en el sector  
servicios en la actualidad.*

**Marta Miguel Gallardo**

Sara Rodríguez Valls

*Departamento de Economía Aplicada.*

Alicante, Junio 2021.

## **Resumen**

La industria turística se ha posicionado como una de las actividades económicas más relevantes en España. La terciarización de la economía española liderada por la actividad turística lleva a plantear la hipótesis de que el turismo actúa como motor del crecimiento económico español. Sin embargo, la situación de crisis sanitaria provocada por la Covid-19 ha dado un revés a nivel mundial a este sector, desencadenando su paralización total. En este trabajo se presenta un análisis de la aportación que ha realizado el turismo al crecimiento económico en España destacando las ventajas e inconvenientes que supone dicha especialización. Una vez planteados estos argumentos se cuestiona la idoneidad de la estructura sectorial española basada en el sector servicios ante una situación tan adversa para la economía como la que se está viviendo en la actualidad.

**Palabras clave:** crecimiento económico, turismo, economía, especialización económica, España.

## **Abstract**

The tourism industry has been positioned as one of the most relevant economic activities in Spain. The tertiary transition of the Spanish economy, led by tourism, leads to the hypothesis that tourism acts as an impeller of the Spanish economic growth. However, the health crisis caused by Covid-19 has taken a global turn for this sector, bringing it to a complete standstill. This paper presents an analysis of the contribution made by tourism to economic growth in Spain, highlighting the advantages and disadvantages of this economic specialisation. Once these arguments have been put exposed, the suitability of the Spanish economy structure based on the services is questioned in the face of such an adverse situation for the economy as the one we are currently experiencing.

**Key words:** economic growth, tourism, economy, economic specialisation, Spain.

## Índice.

1. Introducción.	4
2. Marco teórico.	5
3. Objetivos.	7
4. Metodología.	8
5. Análisis.	9
5.1 Análisis y evolución del PIB en España por peso de los sectores económicos.	9
5.2 Crecimiento económico y turismo.	11
5.3 Análisis de Competitividad. Diamante de Porter.	15
5.4 El papel del turismo en las últimas etapas recesivas y sus efectos en el sector.	21
5.5 Análisis comparativo entre economías de diferente especialización. España y Alemania.	23
6 Conclusiones.	26
7 Referencias bibliográficas	29

# 1. Introducción.

El turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo (OMT<sup>1</sup>,2019). Ha sido un sector que, desde sus inicios como actividad económica, ha experimentado un crecimiento continuado y hasta ahora había sido capaz de superar cualquier adversidad que se planteara, convirtiéndose en una pieza clave para la economía. Esto ha hecho que, pese a la inversión que requiere el desarrollo y mantenimiento de las infraestructuras turísticas necesarias en un destino, haya países que especialicen su estructura sectorial en esta actividad (Vela, Llonto, Campos y Vasquez, 2018).

En España, el crecimiento del sector turístico y su posterior consolidación como potencia turística mundial, ha materializado la terciarización de la economía española en su especialización en la actividad turística. Hasta el momento, este modelo sectorial había resultado eficaz por los beneficios que la industria genera y que repercuten en la economía a nivel global. El crecimiento era imparable, ya que hasta en etapas recesivas, el turismo conseguía salir a flote y solventar los obstáculos que surgían de los ciclos económicos. Sin embargo, una situación excepcional como la que provoca una pandemia mundial ha conseguido lo que nunca antes se había vivido en el sector turístico, su total paralización (Arold,2021).

Este trabajo de investigación plantea la existencia de una relación favorable entre las variables crecimiento económico y turismo en España. Para ello se han revisado los resultados de análisis económicos y econométricos como los de Capó, Riera y Roselló (2007) o Brida, Pereyra, Pulina y Such (2012) que estudian la relación de causalidad entre crecimiento y turismo, y a partir de ellos se trata de sintetizar los factores que confirman este vínculo. Una vez establecida esta relación se plantean los pros y contras de la especialización económica española en el sector turístico y sus consecuencias ante una situación como la que ha provocado la Covid-19. Esta nueva tesitura en la que no se puede conocer a ciencia cierta cuando se podrá recuperar la anterior normalidad, lleva a plantear la posibilidad de una reconversión del modelo turístico adaptándolo a las nuevas circunstancias y que a su vez permita renovar la industria turística hacia un modelo más sostenible.

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo.

## 2. Marco teórico.

La actividad económica española ha sufrido una transformación estructural a lo largo de su historia, lo que es un proceso habitual en el crecimiento económico a largo plazo (González-Díez y Moral-Benito, 2019) siendo en la actualidad el sector servicios su principal componente con casi un 75% de actividad, seguido del sector industrial con un 16% y dejando en último lugar actividades del sector primario con menos del 3% (INE<sup>2</sup>, 2019).

Dentro del sector servicios cabe destacar al turismo como una de las principales actividades económicas que han contribuido al crecimiento económico español, y que además ha supuesto un alivio a la hora de afrontar etapas recesivas de la economía como por ejemplo la crisis de 2008 (Altamira y Muñoz, 2007; Cuadrado-Roura y López, 2015). Según describen Gordo, Jareño y Urtasun (2006) el turismo ha formado parte del cambio estructural de la economía española, siendo una de las razones por las que ensalzar esta actividad y dedicarle más recursos en aquellos países en los que apenas tiene presencia en la economía ya que según la World Travel and Tourism Council (2003) la industria turística es considerada como la 2ª industria más grande del mundo. Aunque el crecimiento turístico puede suponer el desplazamiento de otras actividades económicas menos rentables, reduciendo su producción y empleo, puede generar también un efecto multiplicador en otras industrias, conocido como impacto indirecto, que es el que se genera de la demanda de bienes y servicios por parte de empresas turísticas a otras empresas del entorno para poder satisfacer la demanda turística, impulsando por tanto el desarrollo empresarial en el destino. Por tanto, se habla de una retroalimentación en la que la producción turística puede estar compuesta tanto por productos desarrollados para turistas, como desarrollados para residentes que se ofertan a los turistas (Altamira y Muñoz, 2007; Brida, Pereyra, Such y Zapata, 2008).

Para poder llevar a cabo un análisis económico del turismo, es necesario entenderlo según explican Altamira y Muñoz (2007) como un sistema turístico, definido como “un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (p. 687). Dentro de este conjunto se puede diferenciar la oferta, la

---

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadística.

demanda, el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística y los agentes del mercado. Esta composición del sistema turístico puede variar dependiendo del autor al que se lea, aunque estos elementos son los más utilizados.

Por ende, para la medición del sistema turístico a su vez se pueden emplear diversas herramientas, las más comunes son: la Cuenta Satélite de Turismo (CST) o el gasto turístico. La diferencia entre la información que proporcionan ambas es que la CST es una norma internacional sobre estadística de turismo más amplia que analiza diferentes aspectos de la economía del turismo de manera interna y externa, incluyendo el gasto turístico emisor y receptor. Además, al ser una herramienta básica de análisis común para distintos países permite la comparación entre estos puesto que los datos se trabajan de manera homogénea. Sin embargo, el gasto turístico hace referencia a los gastos incurridos por los viajeros durante su estancia, dejando de lado otros aspectos importantes a la hora de contabilizar el impacto económico que genera un turista en destino como pueden ser el empleo o la contribución al Producto Interior Bruto (PIB) que aporta el turismo (OMT, s.f.).

Para una economía basada en el sector servicios en el que el turismo juega un papel importante, es vital la medida de la competitividad turística para poder asegurar un crecimiento a largo plazo, y para ello podemos utilizar el modelo de análisis del Diamante de Porter. Este modelo consiste en analizar una serie de variables para identificar aquellas que generan una ventaja competitiva para el destino. De esta manera según Pulido, López y Pulido (2014) podríamos dividir los factores en 4 grupos: el primer diamante está compuesto por las condiciones de los factores, el segundo por las condiciones de la demanda, el tercero analiza las industrias afines y el cuarto por la estrategia, la estructura y la competencia.

La situación actual provocada por la pandemia de la Covid-19, ha hecho mella en la economía a nivel mundial, pero si hay un sector en concreto que haya quedado gravemente afectado, ese ha sido el turismo. Esto hace que se plantee la hipótesis de si es posible el mantenimiento de los modelos y estrategias que hasta ahora habían funcionado o por el contrario es necesario un cambio estructural para adaptarse a las circunstancias y poder salir de esta situación de crisis lo más rápido posible.

### **3. Objetivos e hipótesis.**

Este trabajo de investigación parte de la hipótesis que se plantea: el turismo actúa como motor del crecimiento económico español. Ante una situación de crisis como la provocada por la Covid-19 en la que se ha paralizado la actividad turística, se cuestiona la posibilidad que existe de remontar la economía con el apoyo del sector turístico como se ha hecho en anteriores etapas recesivas. Para ello se describen los siguientes objetivos.

El primero de ellos se basa en establecer la importancia que ha tenido el desarrollo de la industria turística en el crecimiento económico español. De esta manera, se busca caracterizar la relación causa-efecto entre ambas variables para poder estudiar el impacto de esta nueva situación en la economía. Otro de los propósitos de esta investigación es examinar la fortaleza de la actividad turística española en el panorama internacional y estudiar su ventaja competitiva para conocer si existe la posibilidad de mantener este crecimiento a largo plazo.

La situación excepcional planteada anteriormente lleva a desarrollar metas específicas que derivan de esta circunstancia como son estimar los efectos de la crisis de la Covid-19 en el sector turístico y conocer la conveniencia de la especialización económica en la industria turística ante este acontecimiento. Por último, se quiere evaluar la utilidad de mantener este modelo económico a largo plazo planteando la posibilidad de una reconversión en el sector turístico.

## **4. Metodología.**

Este estudio pretende establecer la relación existente entre turismo y crecimiento económico, así como las ventajas e inconvenientes de una economía especializada en este sector en la actualidad. Por la naturaleza de la información a analizar se trata de un tipo de investigación descriptiva, que según Ardila (2003) son aquellas que pretenden representar una realidad de tipo social o económico, en este caso la caracterización sectorial y económica de un país. Desde un enfoque cuantitativo se ha recolectado información proveniente de fuentes secundarias, es decir, se ha trabajado con información preexistente y se ha analizado para probar la hipótesis planteada: el turismo actúa como motor del crecimiento económico español (Ardila, 2003; Sainz, 2008). Esta hipótesis atendiendo a la clasificación que realiza Sainz (2008) podría definirse como hipótesis de causalidad, por la relación causa-efecto existente entre las variables objeto de estudio.

Una parte de este análisis no experimental ha seguido un diseño de la investigación longitudinal, en el que se han recolectado datos estadísticos por un periodo de tiempo concreto para a partir de ellos contextualizar la relación causal entre ambas variables, turismo y crecimiento, y su evolución a través del tiempo.

Por otro lado, la recolección de la información se puede dividir en dos secciones: la primera de ellas, más teórica, en la que además de contextualizar conceptos descritos en el marco teórico se examinan estudios de analistas económicos sobre crecimiento y turismo. Estos estudios abarcan desde lo general de la relación causal entre ambas variables hasta lo particular bajo la perspectiva del caso español. La segunda sección engloba los datos estadísticos que se han obtenido de las sedes electrónicas del Instituto Nacional de Estadística y del Statistisches Bundesamt alemán. Estos datos han sido utilizados tanto en la parte longitudinal del análisis como en la comparativa entre potencias de la Zona Euro con distinta especialización económica. Para este último subapartado en concreto, se han extraído datos del sistema de Contabilidad Nacional de cada país, siguiendo el Sistema Europeo de Cuentas (SEC). Este sistema se adopta en la Unión Europea para facilitar el análisis entre potencias del grupo, ya que obliga a seguir la misma metodología en la recolección de datos asegurando que los resultados obtenidos son comparables entre sí.



## **5. Análisis.**

Este apartado se aborda bajo la perspectiva de analizar cuáles son los pros y contras de una economía basada en el sector servicios, y más concretamente en el turismo. Para conocer cuáles son las consecuencias económicas de esta especialización cuando se afronta una situación de crisis sanitaria como la que se está atravesando en la actualidad, se va a contextualizar en distintos subapartados pasando desde la composición de la estructura sectorial española a la contribución del turismo en el crecimiento económico, se realizará una descomposición y análisis del destino utilizando el modelo del Diamante de Porter así como una comparativa con una potencia europea cuya economía no esté basada en el turismo. Para finalizar se expondrán las consecuencias de la crisis de la Covid-19 a corto plazo y las diferencias a nivel económico y turístico que han supuesto para la economía española en relación con otras etapas de crisis.

### **5.1 Análisis y evolución del PIB en España por peso de los sectores económicos.**

El desarrollo que ha sufrido la economía española a través de los años provocado por el crecimiento económico ha supuesto severas modificaciones del sistema productivo que se conocía hasta los años 60 del siglo XX. Estas modificaciones, naturales en los procesos de desarrollo económico, han sido graduales al igual que ha ocurrido en otras economías europeas avanzadas (García, Melchor y Genaro, 2013).

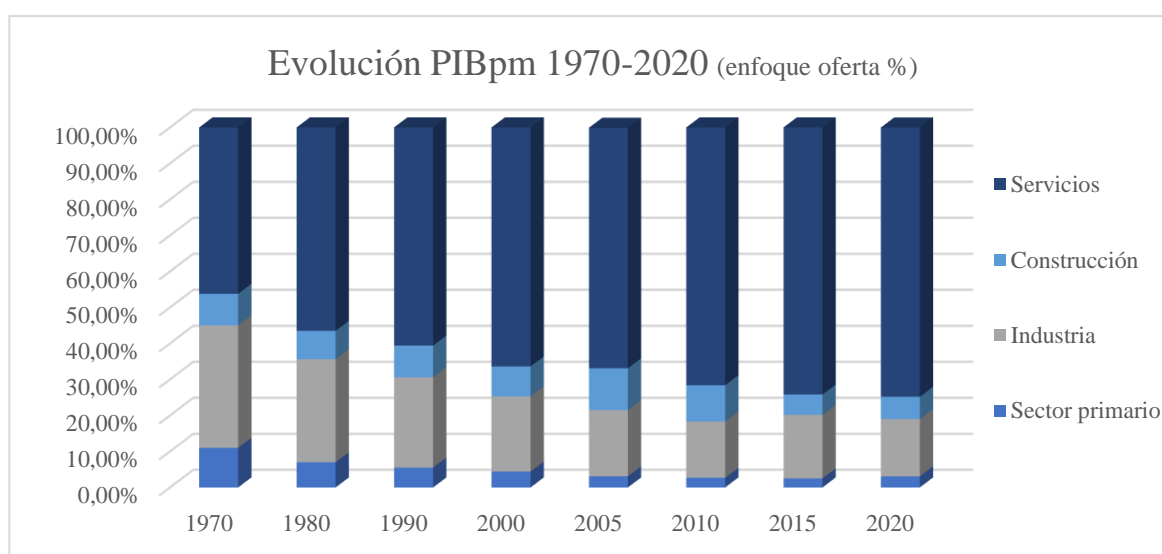
La evolución de la estructura sectorial española se puede dividir en dos etapas, la primera de ellas comienza a principios de 1960 hasta mediados de los años 80 caracterizada por una pérdida en el peso de las actividades agrarias y un proceso de industrialización acelerada para conseguir una base industrial sólida, aunque quedaría finalmente afectada en la crisis de los años 70, produciéndose una necesaria reconversión industrial para asegurar su supervivencia. La segunda etapa se solapa con la primera, ya que da comienzo a principios de los años 70 con el avance del sector servicios cuya trayectoria siempre fue ascendente. Esta estructura productiva dominada por el sector servicios se consolida en los años 80 por diversos factores. García, Melchor y Genaro (2013) explican entre ellos los siguientes: los cambios en la

demanda producidos por la modificación en las pautas de consumo donde tienen mayor cabida los servicios gracias al aumento de la renta disponible de las familias; el carácter inflacionista de este sector puesto que el precio de los servicios aumenta de manera excesiva en comparación con bienes y manufacturas; la competencia de nuevos países industrializados por la deslocalización de actividades de fabricación que llevaban a cabo las principales potencias, y por último las tasas de crecimiento de la productividad, que aunque es mayor en la industria, se produjo un trasvase de mano de obra al sector servicios.

En el siguiente gráfico se muestra la evolución del auge del sector servicios en detrimento del resto de sectores en términos de aportación al PIB a precios de mercado desde el punto de vista de la oferta. Se compone de sector servicios, industria desagregando la construcción, puesto que de esta manera es considerado por el INE en sus operaciones de Contabilidad Nacional, y, por último, sector primario.

En él se puede observar cómo de manera progresiva se va consolidando la estructura sectorial que se conoce en la actualidad en la que el sector servicios representa más del 70% del PIB. El descenso más significativo ha sido el sufrido por el sector industrial, seguido del sector primario. En el caso de la construcción, ha podido mantenerse a lo largo de los años y su descenso no ha sido tan acusado como el resto.

**Gráfico 1. Evolución del PIBpm por décadas.**



Fuente: elaboración propia a partir de Contabilidad Nacional del INE (años 1970 a 2020).

Este proceso es conocido como la terciarización de la economía española, y se produjo de una manera diferente a las economías europeas. En primer lugar, porque en Europa la disminución del peso del sector agrario se dio mucho antes que en España, y en segundo lugar porque el aumento del sector servicios español se debió principalmente a un descenso de la industria. El resultado final es una estructura económica parecida en ambas en la que se ha reorientado la economía hacia las actividades terciarias. Esto ha supuesto una ralentización de la productividad sobre todo por la especialización más que evidente de la economía española hacia la rama turística que se deja ver por la mayor importancia en la hostelería y el transporte terrestre (García, Melchor y Genaro, 2013; Gordo, Jareño y Urtasun, 2006). Pero, aunque por su naturaleza el turismo presente menores niveles de productividad, en parte debido a la estacionalidad de la demanda, su reorientación apoyada en los avances de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación) lo ha convertido en un pilar fundamental en el crecimiento económico español, que se verá con mayor detalle a continuación.

## **5.2 Crecimiento económico y turismo.**

En este subapartado se plantea la hipótesis de que el turismo actúa como motor del crecimiento económico en la economía española. Para ello se van a presentar los resultados de distintos estudios económicos y econométricos, así como los datos expuestos por el INE en la Cuenta Satélite del Turismo de España, en adelante CSTE, a partir de los cuales se busca extraer dicha conclusión.

Capó, Riera y Roselló (2007) afirman que la expansión económica a nivel mundial parte de los ingresos que genera la demanda turística a partir de los años 50, donde crece hasta en 25 veces el número de llegadas de turistas internacionales. En el caso concreto de España la pauta de crecimiento no ha sido uniforme, sino que se ha desarrollado pasando por diferentes etapas. La primera de ellas se puede englobar desde 1950 con la irrupción del fenómeno del turismo de masas, conocida como el primer boom en la que se invierte en infraestructuras de alojamiento y se genera empleo a través del turismo. Esta etapa llegaría a su fin en la 1ª crisis del petróleo en los años 70 (Muñoz, 2016).

La segunda etapa abarca desde 1975 hasta 1984 aproximadamente donde hay una ralentización en el crecimiento económico provocado por un descenso de los niveles de empleo, conocida como la crisis del empleo en los años 80. España se había convertido en referente mundial en la tipología de Sol y Playa, favorecido por la liberalización de la economía y los cambios sociales, culturales y políticos que conlleva el desarrollo como democracia. En el año 1985 se marca el inicio de la siguiente fase, en la que se produce una nueva aceleración de la economía, pero la actividad turística pierde su papel estabilizador en la Balanza de Pagos por el surgimiento de otras actividades que se incorporarán a la Balanza Financiera, ejemplo de ello la inversión inmobiliaria exterior por la consolidación del turismo residencial, pero que por su naturaleza es difícilmente cuantificable y por tanto no se considera atribuible al turismo. A esta situación se suma la apreciación de la peseta, lo que afecta negativamente en la demanda turística por el tipo de cambio internacional (Capó, Riera y Roselló, 2007; Muñoz, 2016). La última etapa, con inicio en el año 1995, se caracteriza por un repunte en el crecimiento y está marcada por un aumento del empleo, una disminución del capital por trabajador y una disminución del capital acumulado. Durante estos años aumenta exponencialmente el número de llegadas internacionales manteniendo a España entre las primeras potencias turísticas mundiales. Además, el turista tiene un perfil más formado y con una mayor concienciación ecológica (Muñoz, 2016) y visita el país en busca de alternativas como el turismo cultural o el rural.

En resumen, el turismo ha supuesto un alivio en las etapas de recesión y un empujón en las fases expansivas. Es por esto que, en cuanto a la relación entre crecimiento económico y turismo a largo plazo, los analistas establecen una serie de argumentos a su favor como que aumenta los ingresos de las industrias de la zona, y esas divisas se pueden reinvertir en importaciones de bienes de capital, así como en la producción de bienes y servicios. Otro de los argumentos favorables es que el turismo internacional contribuye al aumento de la eficiencia de las empresas locales del destino y además este aumento de la demanda les permite generar economías de escala. Sin embargo, y como se decía anteriormente, estos motivos no aseguran un crecimiento sostenido en el tiempo ya que la especialización afecta negativamente a la productividad, pero como en la mayoría de los servicios turísticos no existe espacio temporal entre producción y consumo, se hace difícil la posibilidad de un aumento de

la productividad por la dificultad de incorporar el progreso tecnológico en la prestación. Por último, supone un motor de crecimiento para la actividad empresarial, contribuyendo al PIB nacional, así como a la creación de empleo de manera directa en el sector turístico, e indirecta, en otros sectores cuya existencia no depende del turismo (Capó, Riera y Roselló, 2007; Brida, Pereyra, Pulina y Such, 2013).

Estos son algunos de los motivos que explican por qué interesa en algunas economías soportar la inversión que requiere el desarrollo del sector turístico y en el caso de la economía española, su especialización en este agregado del sector servicios. Pero también tiene unos costes como el coste de oportunidad derivado del uso de recursos limitados. La industria turística consume recursos naturales cuya vida útil es limitada, por lo que a largo plazo tienden a escasear. Por otro lado, existe un coste derivado de la fluctuación de la demanda turística debido a la temporalidad de algunos destinos turísticos, unas infraestructuras que hay que mantener durante todo el año pero que generan ingresos por temporada. La inflación derivada del turismo que tienen que soportar los consumidores locales también es otro de los inconvenientes de la actividad turística en destino, lo que puede llegar a provocar distorsiones en la economía local si se centra la oferta a la demanda de bienes y servicios por y para el turista. En último lugar, otra característica de la actividad turística es la baja dotación de cualificación en el capital humano. En numerosas ocasiones no se exige cualificación, y cuando se tiene no es bien valorada, lo que provoca una brecha de productividad entre la industria manufacturera y la turística. (Capó, Riera y Roselló, 2007; Vela, Llonto, Campos y Vasquez, 2018).

**Tabla 1: Tabla resumen análisis coste-beneficio de la actividad turística española.**

<b>ANÁLISIS COSTE-BENEFICIO DEL TURISMO</b>	
<b>COSTES</b>	<b>BENEFICIOS</b>
- Coste de oportunidad.	- Contribución PIB.
- Costes de temporalidad demanda.	- Creación empleo.
- Inflación derivada de la actividad turística	- Equilibrio Balanza Pagos.
- Distorsiones en la economía local.	- Economías de escala a nivel local.
- Pérdida cualificación capital humano.	

Fuente: elaboración propia a partir de Capó, Riera y Roselló (2007), Brida, Pereyra, Pulina y Such (2013) y Vela, LLonto, Campos y Vasques (2018).

La actividad turística genera por tanto un impacto a nivel macroeconómico que influye en el desarrollo económico global. Como explica el estudio de Torres y Sala (2008) una de las claves del turismo como motor de crecimiento reside en su efecto multiplicador sobre otras ramas productivas que relaciona el turismo con el resto de la economía, tanto en empleo como en consumo de bienes y servicios para satisfacer la demanda turística global. Además, de este efecto arrastre no solo se benefician las economías especializadas en la actividad turística, sino que también lo hacen aquellas en las que el turismo no tiene un papel principal, gracias al sistema de redistribución de la renta.

Tras analizar los distintos estudios contemplados y haber expuesto los motivos por los que se plantea la hipótesis de que el turismo actúa como motor del crecimiento económico español, se puede decir que existe una relación positiva entre el crecimiento económico y la expansión de la actividad turística a largo plazo y que por tanto el turismo es capaz, a través de los diversos canales ya mencionados, de estimular la economía y favorecer su desarrollo a lo largo del tiempo aunque no lo haga de manera continuada y homogénea (Brida, Pereyra, Pulina y Such, 2013; Capó, Riera y Roselló, 2007; Torres y Sala, 2008). Para ello también debe tenerse en cuenta la competitividad externa del destino, puesto que como explican Balaguer y Cantavella (2000) los efectos que esta genera en términos de crecimiento económico son bastante significativos en la relación a largo plazo. Por este motivo, se presenta a continuación

un análisis de esta competitividad a través del modelo del Diamante de Porter aplicado al turismo.

### **5.3 Análisis de Competitividad. Diamante de Porter.**

En este subapartado se van a analizar detenidamente los factores que determinan la ventaja competitiva de España como destino turístico a nivel internacional diferenciando aquellos que sean positivos de los que resultan negativos para el desarrollo de la competitividad turística.

#### **5.3.1 Condiciones de los factores.**

Los factores que conforman la ventaja competitiva se pueden dividir en básicos y en avanzados. El clima, la situación geográfica, los atractivos naturales o las infraestructuras de transporte formarían parte del primer grupo mientras que, la educación, la inversión en tecnología, las políticas de calidad o la promoción turística compondrían el segundo grupo (Pulido, Sánchez y Pulido,2014).

En España el clima y las características y localización geográfica son los factores más sólidos ya que es un país muy soleado con casi 3000 horas de sol anuales, además de temperaturas suaves en primavera y otoño. Por otro lado, se encuentra al suroeste de Europa y posee casi 8000 kilómetros de costa bañadas por el Mar Cantábrico, el Mar Mediterráneo y el Océano Atlántico. Los atractivos naturales del país son abundantes tanto en zonas del interior como en zonas costeras, además de los atractivos arquitectónicos repartidos por toda la geografía española. El último de los factores básicos, las infraestructuras de transporte, es otro punto a destacar, ya que cuenta con una desarrollada red de transporte tanto terrestre como marítima y aérea lo que hace que sea accesible desde cualquier parte del mundo (Turespaña, 2020).

En cuanto al análisis de los factores avanzados, en materia de educación se ofertan por un lado títulos de formación profesional en el área de hostelería y turismo, así como a nivel universitario el grado en Turismo. Sin embargo, el perfil del personal empleado en infraestructuras turísticas es poco cualificado y no se valora lo suficiente la formación turística. Por otro lado, existe un distintivo a nivel nacional que valora las políticas de calidad que se llevan a cabo en la prestación de servicios en establecimientos de hostelería y turismo como es la “Q” de calidad, y que es otorgada

por el Instituto para la Calidad Turística Española. El carácter amable y acogedor de la población española hacia el turista internacional es otro de los factores avanzados a destacar, sin embargo, la corriente de la *turismofobia*<sup>3</sup> ha llegado a aquellas ciudades donde la afluencia de turistas es masiva, como por ejemplo Barcelona, Madrid o Palma de Mallorca.

### **5.3.2 Condiciones de la demanda.**

Como explican Pulido, Sánchez y Pulido (2014) este apartado alude al tipo de demanda que realizan en este caso los turistas internacionales en cuanto a bienes y servicios de la industria turística.

Los últimos datos obtenidos por el INE (2019) en una situación de normalidad, antes de la Covid-19, arrojan que en 2019 visitaron España más de 83 millones de turistas. Los principales emisores de turistas internacionales son países pertenecientes a la Unión Europea como son Alemania, Bélgica y Francia según los últimos datos recogidos por Frontur. Este tipo de turistas responden a la tipología de sol y playa, modelo predominante y consolidado en España. Este tipo de turismo busca el ocio y el descanso como principal motivo de viaje, y se suele concentrar en los meses centrales del año coincidiendo con la época estival. Sin embargo, la demanda sufre una desestacionalización gracias a la llegada de jubilados internacionales que residen en países más fríos y que, deciden pasar largas temporadas en este país donde disfrutan de temperaturas más cálidas y un mayor número de horas de sol que en sus países de origen. Esto además de contribuir a la ocupación hotelera en temporada baja y por tanto estabilizar el empleo, muchas veces se traduce en la compra de segundas residencias por lo que se puede hablar también de turismo residencial.

Por último, mencionar la elasticidad de la demanda sobre todo en la tipología de sol y playa y por tanto la sensibilidad de la demanda turística a momentos de inestabilidad económica que esto implica, deteniendo el crecimiento turístico y por tanto la aportación al crecimiento económico total.

---

<sup>3</sup> *Turismofobia* es un concepto que se refiere a la aversión o rechazo que sienten los ciudadanos locales de un destino hacia el turismo provocado por lo general por una mala planificación de políticas turísticas (OMT,2018).



### **5.3.3 Industrias auxiliares o afines.**

En este apartado se analiza la existencia de otros sectores o industrias con los que se establezcan relaciones de colaboración o comerciales, que a partir de dichas relaciones creen competitividad nacional, así como asociaciones entre las empresas del sector (Pulido, Sánchez y Pulido, 2014).

En primer lugar, en España existen numerosas asociaciones turísticas divididas por áreas: asociaciones hoteleras como la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), asociaciones de agencias de viajes como la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), de transporte como la Asociación Española de Compañías Aéreas (AECA) y Organismos Turísticos Oficiales como el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Instituto Nacional de Estadística (INE), Instituto de Promoción del Turismo en España (TURESPAÑA) o la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

En segundo lugar y dado el carácter armonizador del turismo, el tejido empresarial del destino también forma parte de la oferta turística de manera involuntaria ya que además de empresas de alojamiento y transporte, también se incluye la hostelería, el comercio o el ocio como valor de identidad cultural y todo lo que esto engloba conformando todos ellos las infraestructuras turísticas de destino. El problema derivado de esta característica podría ser que las empresas acaben enfocando su oferta a la demanda turística, dejando de lado a la población local.

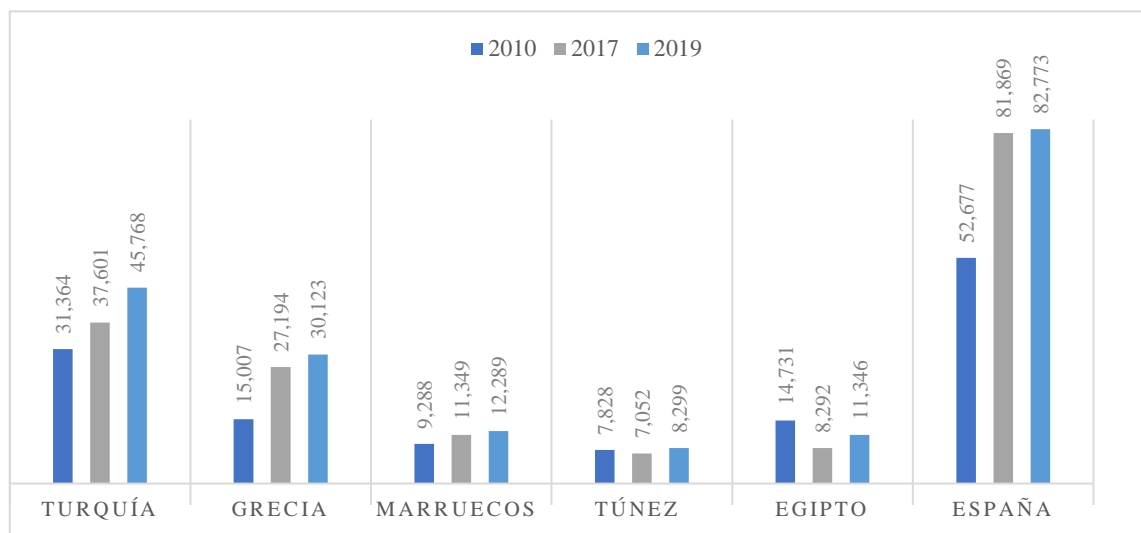
### **5.3.4 Estrategia, estructura y competencia.**

La estrategia, estructura y competencia conforman el último diamante en el modelo de Porter para medir la competitividad del destino, siendo este el más difícil de cuantificar.

Primeramente, los destinos que se pueden considerar rivales y que pueden provocar una desaceleración en el crecimiento de la actividad turística son los destinos competidores del Mediterráneo. Estos destinos suponen una amenaza en primer lugar porque su oferta se basa en la misma tipología turística que la española, y en segundo lugar porque se comparte mercado emisor, además de tener un peso significativo en el número de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial. Entre estos destinos se

puede englobar a Turquía, Egipto, Túnez, Grecia y Marruecos. Durante algunos años, España tomó ventaja frente a estos debido a los conflictos e inestabilidad política y social que presentaban, pero conforme la situación se ha estabilizado han recuperado sus posiciones.

**Gráfico 2: Llegadas de turistas internacionales en millones.**



Fuente: elaboración propia a partir del informe Panorama Turismo Internacional de la OMT (2019).

Si hay un competidor que destaca sobre los demás y amenaza la estabilidad de España como destino es Turquía. La oferta turística de Turquía se basa en una infraestructura hotelera fuerte, además oferta el paquete todo incluido, lo que resulta más atractivo para familias europeas. Si comparamos el número de visitantes, según el informe presentado por la OMT del Panorama del Turismo Internacional (2019), Turquía registra casi 46 millones de turistas internacionales frente a los 83 de España. Sin embargo, la tasa de variación de los destinos es del 1% para España, pero del 22% para Turquía, lo que significa que va ganando terreno situando sus cifras al nivel más cercano a España en los últimos 5 años (OMT, 2019).

Es por esto que, frente a las amenazas de los competidores, una potencia turística con un modelo tan explotado como es el Sol y Playa debe aprovechar su experiencia frente a otros destinos y poner en valor los recursos turísticos existentes, así como nuevos yacimientos. Otra de las propuestas es aplicar los conocimientos sobre tecnologías de la comunicación y la información (TICs) así como las redes sociales en la búsqueda de nuevos segmentos de mercado ofertando experiencias,

donde prima la calidad a la cantidad, trabajando la sostenibilidad, la diferenciación y la diversificación.

### **5.3.5 Gobierno.**

Aunque no conforme uno de los diamantes de Porter, las instituciones públicas juegan un papel muy importante en la competitividad del destino. Son los encargados de corregir la propensión de las economías turísticas a una menor productividad y por tanto menor crecimiento, dirigiéndolas hacia la innovación y la educación (Capó, Riera y Roselló, 2007). En el caso concreto de España, existen planes específicos de turismo. Turespaña (2020) presentó el plan de Turismo Español Horizonte 2020 impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio con el objetivo de impulsar las mejoras necesarias y adaptarse a un mercado tan dinámico como es el turístico. El plan vigente, la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 como su nombre indica, pretende impulsar el sector desde la sostenibilidad en tres áreas: socioeconómica, medioambiental y territorial. Con este plan en el que se ha implicado tanto al sector como a las comunidades autónomas se busca un modelo de crecimiento sostenido y sostenible para poder mantener esta posición de liderazgo mundial en turismo que posee el país.

En la tabla adjunta a continuación se puede observar a modo de resumen los aspectos positivos y negativos hallados en el análisis de competitividad realizado al sector turístico español a través del modelo del Diamante de Porter.

**Tabla 2: Tabla resumen del análisis de la competitividad a través del modelo del Diamante de Porter.**

<b>ANÁLISIS COMPETITIVIDAD – DIAMANTE DE PORTER</b>	
<b>DIAMANTE 1: CONDICIONES DE LOS FACTORES</b>	
ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Clima y situación geográfica.</li> <li>● Atractivos naturales y arquitectónicos.</li> <li>● Infraestructuras de transporte y alojamiento.</li> <li>● Distintivo “Q” de Calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Personal poco cualificado.</li> <li>● Escasa valoración de formación específica.</li> <li>● <i>Turismofobia.</i></li> </ul>
<b>DIAMANTE 2: CONDICIONES DE LA DEMANDA</b>	
ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desestacionalización jubilados internacionales.</li> <li>● Consolidación del modelo sol y playa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estacionalidad del modelo sol y playa.</li> <li>● Elasticidad demanda.</li> </ul>
<b>DIAMANTE 3: INDUSTRIAS AUXILIARES O AFINES.</b>	
ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Asociaciones entre empresas del sector.</li> <li>● Diversificación turística por tejido empresarial de destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desvirtuación de la oferta para población local por exceso de enfoque turístico.</li> </ul>
<b>DIAMANTE 4: ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD.</b>	
ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Peso significativo en llegadas internacionales a nivel mundial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rivales en crecimiento al alza.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

#### **5.4 El papel del turismo en las últimas etapas recesivas y sus efectos en el sector.**

El turismo como sector estratégico ha resultado ser una herramienta útil en etapas recesivas y un impulso para el desarrollo económico desde que se empezó a consolidar como rama de actividad. Son varias las crisis en las que el turismo ha jugado un papel crucial en la recuperación económica, la primera de ellas la Crisis del Petróleo en los años 70. España era energéticamente dependiente de este combustible y los problemas derivados de dicha crisis acabaron afectando tanto al sector turístico como a sectores auxiliares, entre ellos la construcción. El desequilibrio de la Balanza de Pagos era tal que con el estancamiento en el crecimiento turístico era imposible de compensar, no recuperando las cifras de llegadas internacionales anteriores hasta el año 1977 debido a la incertidumbre que derivaba de esta situación (Muñoz, 2016).

Otra de las crisis que ha tenido que bordear el sector turístico ha sido la de la década de los 90. La incorporación de España en la Unión Europea supuso la adhesión al espacio Schengen permitiendo la libre circulación entre países. Además, se había producido la diversificación del modelo turístico español con la introducción del turismo residencial, así como la incorporación del medio urbano y natural como recursos turísticos y la calidad como prioridad en la prestación de servicios. Todos estos factores permitieron que, ante la caída de la economía, y la dificultad del turismo para remontar y equilibrar la Balanza de Pagos, el número de viajeros creciera exponencialmente llegando a más de 76 millones de llegadas en 2001 (Muñoz, 2016).

La crisis de 2008 afectó a España tras el pinchazo de la burbuja inmobiliaria perjudicando a uno de los sectores que se habían considerado auxiliares al turismo como es la construcción. El mayor impacto de la actividad turística al refuerzo de la economía se dio en materia de contratación y gasto en un momento en el que la competitividad de las empresas españolas había quedado deteriorada y se dependía de las importaciones. Sin embargo, aunque esta crisis provocó una caída en el gasto turístico tanto en el turismo interior como exterior, en 2012 consigue remontar gracias a la disminución de importaciones de manufacturas y el auge de operaciones turísticas.

Hasta el momento, el turismo había resultado ser una pieza clave en etapas recesivas para frenar la caída de la economía. En cambio, la situación provocada por la crisis de la Covid-19 impide que se lleven a cabo las pautas de interacción normales

entre turismo y economía por diversos motivos. Para entender este planteamiento es necesario exponer las peculiares características de esta situación.

El origen de esta crisis económica deriva en la propagación de un virus de alta transmisibilidad por lo que las medidas de contención de este han supuesto restricciones de movilidad para la población. Esta crisis se caracteriza por tanto por una disminución en la capacidad productiva y una caída de la demanda tanto externa como interna provocada por estas restricciones de movilidad (Torres y Fernández, 2020). Los efectos que ha generado económicamente a corto plazo como explica el Boletín Económico del Banco de España (2020) han sido una brusca caída del empleo y el estancamiento total de las actividades económicas a excepción del sector alimentación y energético.

La diferencia con las crisis anteriores es que la estructura productiva española está formada por un gran número de servicios de proximidad, incluyendo la actividad turística, que impiden el teletrabajo (Felgueroso, De la fuente y Jansen, 2020). Por otro lado, la composición del tejido empresarial en España se caracteriza por la existencia mayoritaria de pequeñas y medianas empresas. La imposibilidad de ejercer la actividad turística ha provocado a nivel particular la incapacidad de sustentar ciertas empresas que subsistían gracias al gasto turístico, y a nivel global, al detener el crecimiento que llevaba experimentando en los últimos años, ha dejado de contribuir al PIB nacional (Banco de España, 2020) ya que según datos del INE (2020) el turismo aportaba antes de la Covid-19 el 12,5% del PIB nacional y el 13% del empleo total, siendo el 21% si se tienen en cuenta los sectores afines.

Como explican Felgueroso, De la fuente y Jansen (2020), todavía es pronto para conocer los efectos a largo plazo que este paréntesis turístico provocará en la economía, pero viendo los efectos a corto plazo, se puede anticipar que en ningún caso van a ser positivos. Sin embargo, esta situación límite ha hecho que se cuestione el modelo turístico preexistente en el que se buscaba generar riqueza a partir de la condensación de población en un mismo destino y que ahora es inviable (Arold, 2021). Se plantea por tanto aprovechar este revés a la industria para su reconversión, antes impensable por los beneficios que generaba, ahora necesaria para adaptarse a las nuevas circunstancias.

## **5.5 Análisis comparativo entre economías de diferente especialización. España y Alemania.**

Las consecuencias económicas de la Covid-19 se han vivido a nivel mundial, pero no de manera homogénea. Estos efectos son los que se van a llevar a análisis a continuación comparando la economía española, gran dependiente del turismo, con otra economía de la zona euro como es Alemania, más industrializada.

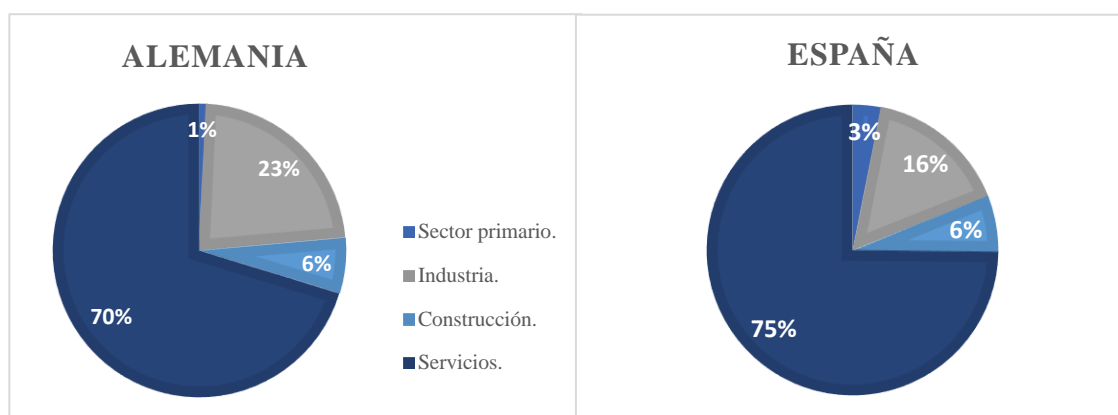
Como punto de partida se va a tomar la estructura sectorial de ambos países y a partir de esta, encontrar similitudes y diferencias. Como se muestra en el siguiente gráfico, en Alemania al igual que en España, el sector agrícola ha perdido peso en favor de sectores como el industrial o servicios. Sin embargo, el sector industrial aporta algo más de peso en Alemania, siendo el país más industrializado de la Unión Europea según Destatis<sup>4</sup> (2021), además de ayudar a diversificar la economía. Los puntos fuertes de la industria alemana son la ingeniería mecánica con la industria automovilística ocupando el primer puesto, los equipamientos eléctricos o la producción química. La construcción, considerada una actividad independiente a la industria, representa en ambos países cifras similares.

Por último, el sector servicios es el que más riqueza genera a cada economía. Esto no significa que las actividades que lo componen tengan la misma presencia en ambos países ya que la economía española se encuentra especializada en la industria turística y sectores afines (INE, 2020) mientras que en Alemania el crecimiento del sector servicios está ligado al sector negocios y el desarrollo de nuevas tecnologías (Destatis, 2021).

---

<sup>4</sup> Las siglas Destatis se corresponden con el Statistisches Bundesamt, traducido como Oficina Federal de Estadística de Alemania, homóloga del INE en España.

**Gráfico 3. Composición sectorial económica de España y Alemania en términos de aportación al PIBpm.**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Contabilidad Nacional del INE (2021) y National Accounts de Destatis (2021).

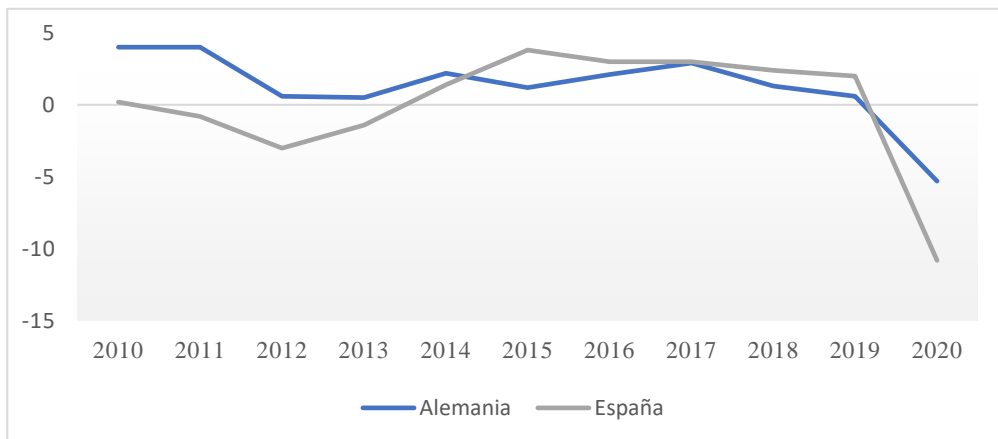
Una vez conocida la distribución sectorial de cada país, se procede a enumerar los efectos económicos de la crisis sanitaria provocada por la Covid-19 en Alemania, para posteriormente analizar como esta diferencia de estructuras productivas, así como la desigualdad en crecimiento económico, y tejido empresarial, suponen también discrepancias en el impacto que tiene una situación excepcional como la que se está viviendo actualmente.

En Alemania, esta crisis sanitaria ha supuesto según estimaciones del FMI<sup>5</sup> (2021) una contracción de la economía de un 6%. La industria alemana ha caído un 9,7% desde el año anterior a la pandemia, representando solo el sector manufacturero un 10,4% menos, a consecuencia de la interrupción temporal de las cadenas de suministro globales provocadas por el confinamiento. La construcción ha sido la única actividad que ha conseguido mantener su posición incrementando su Valor Agregado Bruto. El sector servicios por su parte, ha sufrido las caídas más acusadas de la historia, incluso más que en anteriores crisis como la financiera de 2008 (Destatis, 2020).

<sup>5</sup> Fondo Monetario Internacional.



**Gráfico 4. Evolución de la Tasa de Variación Interanual del PIB ajustado.**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Contabilidad Nacional del INE (2021) y National Accounts de Destatis (2021).

Hasta el momento, la crisis de la Covid-19 ha supuesto también un bloqueo en cuanto a crecimiento económico para la economía alemana. Sin embargo, la caída ha sido mucho más contenida que en el caso español, como se puede comprobar en el Gráfico 5. Esto puede explicarse por varios motivos: el primero de ellos es la fortaleza y consolidación de la industria alemana, como uno de los sectores más importantes de su economía junto con la alta empleabilidad del sector. El segundo es la elevada tasa de empleo anterior a la pandemia, en el que la economía alemana se encontraba próxima al pleno empleo. El último motivo, también relacionado con el empleo, es que, aunque en Alemania el tejido empresarial este formado de manera mayoritaria por una red de pequeñas y medianas empresas, al igual que en España, estas se encuentran muy ligadas al entorno internacional (Destatis, 2020).

Para concluir este análisis comparativo, aunque los efectos económicos derivados de la crisis sanitaria provocada por la Covid-19 se hayan repartido a nivel mundial, no todas las economías han sufrido estas consecuencias en la misma escala. Aquellas cuyo crecimiento se sostiene gracias al sector servicios, como es el caso de España, han experimentado una caída más acusada debido a la paralización total de actividades como el turismo, y por lo tanto tendrán una recuperación más prolongada en el tiempo. Esta situación lleva a plantear la conveniencia o no del mantenimiento de esta estructura económica y abre una posibilidad de cambio hacia el futuro.

## 6 Conclusiones.

A partir del marco teórico se han expuesto los conocimientos teóricos básicos para la comprensión de la terminología del análisis y mediante la comparación de estudios analíticos sobre crecimiento económico y turismo se pueden extraer resoluciones que ayuden a determinar la existencia de una relación positiva entre el crecimiento económico y la actividad turística y que confirmen por tanto la hipótesis de que el turismo actúa como motor del crecimiento económico español.

A través de análisis como el de Capó, Riera y Roselló (2007) o Brida, Pereyra, Pulina y Such (2012) se han podido agrupar las distintas justificaciones de la contribución del sector turístico al crecimiento económico, pero no todas ellas han resultado ser beneficiosas a largo plazo. Por otro lado, el análisis se ha realizado desde una doble perspectiva, una anterior a la situación de crisis sanitaria provocada por la Covid-19, en la que el crecimiento de la actividad turística era evidente e imparable, y otra, la resultante de la paralización de la economía y la dificultad de prestación de servicios turísticos ante las restricciones de movilidad que ha supuesto la contención de la pandemia. Este último enfoque es el que lleva a plantear la ineficiencia del modelo económico español ante una situación excepcional como esta, y, por tanto, estudiar detenidamente los pros y contras que resultan de dicho modelo y que se exponen a continuación.

Entre los beneficios económicos del turismo se puede destacar su efecto multiplicador que como señalan Brida, Pereyra, Such y Zapata (2008), esta riqueza que genera el sector no se reparte únicamente entre las empresas turísticas, sino que ocasiona impactos indirectos a otras empresas locales por su dependencia hacia otros sectores económicos para poder satisfacer su demanda e incluso a nivel nacional gracias al sistema de redistribución de la renta. Siguiendo en el plano económico, el crecimiento de la actividad turística se refleja en el crecimiento económico en términos de aportación al PIB y de creación de empleo. Además, juega un papel crucial en etapas recesivas de la economía actuando como estabilizador de la Balanza de Pagos mediante los ingresos por gasto turístico provenientes de turistas internacionales.

Por otro lado, en cuanto a competitividad, lo que es de vital importancia para el mantenimiento de ese crecimiento a largo plazo, España es considerada una potencia turística fuertemente posicionada a nivel mundial. Este posicionamiento lo ha logrado a través del modelo turístico de Sol y Playa, altamente estacional, pero también ha conseguido desarrollar otras tipologías que han ayudado a desestacionalizar la demanda de estos destinos como es el caso del turismo residencial.

Como contraposición a los motivos expuestos anteriormente se puede mencionar la precariedad del empleo que genera el sector turístico en el que abunda la temporalidad y la falta de valoración de estudios superiores, lo que se traduce en un crecimiento que puede no ser sostenido en el tiempo. Otra de las externalidades negativas que provoca el turismo en la economía es la inflación que sufre la población local en bienes y servicios de destinos turísticos junto con el mantenimiento de infraestructuras turísticas durante todo el año, que por lo general reportan beneficios de manera intermitente por temporadas. En aquellos destinos en los que los recursos naturales juegan un papel fundamental como atractivo, supone una externalidad también el consumo de estos recursos que se consideran limitados.

En cuanto a la competitividad turística a nivel internacional, se está viendo amenazada por la estabilización de la situación tanto política como social de destinos competidores con los que se comparten mercados emisores como es el ejemplo de Turquía. A esto hay que sumarle que la ventaja competitiva de España como destino y la riqueza que esta ha generado se ha basado en precio, mediante la concentración de turistas en un espacio y por tiempo determinado, modelo ahora inviable por la difícil situación que atraviesa la pandemia en este país.

En definitiva, el turismo actúa como hilo conductor del tejido empresarial español lo que puede resultar positivo en etapas expansivas, pero, como se ha expuesto, esta dependencia económica del turismo puede resultar perjudicial en una situación excepcional como la que ha provocado la Covid-19 impidiendo que la actividad turística se desarrolle con normalidad. Por este motivo se plantea la posibilidad de reconvertir el sector turístico dejando atrás el modelo del turismo de masas y renovar la oferta turística teniendo en cuenta las nuevas necesidades como pueden ser: la distribución a lo largo del año de las vacaciones para evitar la masificación de los destinos, llevar a cabo planes de promoción turística en los que se incentiven los viajes de cercanía y el turismo interior, ofrecer paquetes turísticos adaptados a esta nueva

realidad que permitan modificaciones ante la situación de la pandemia en destino y sobre todo apoyarse en la tecnología para establecer un protocolo de información de la actividad turística en tiempo real relacionada con el estado actualizado de la pandemia. De este modo se ofrece la seguridad sanitaria que demanda ahora un turista en destino, y abre paso a la nueva era turística ante una situación futura por el momento desconocida.

## 7 Referencias bibliográficas

- Altamira, R. y Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XI, 677-710.
- Ardila, A.M. (2003). Guía Metodológica para la formulación y presentación de proyectos de investigación. *Centro de Investigaciones de Economía Social CIDES*.
- Arold, P. (2021). Apuntes para la gestión del turismo en España tras la crisis sanitaria de la COVID-19. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos*. 19 (1), 189-194.
- Balaguer, J. y Cantavella-Jordá, M. (2000). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish Case. *Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas*.
- Banco de España (2020). Escenarios macroeconómicos de referencia para la economía española tras el COVID-19. *Boletín económico Banco de España*.
- Bote, V. (1994). *Turismo y desarrollo económico en España: del insuficiente reconocimiento a la revalorización de su función estratégica*. Madrid, España: Centro Superior de Investigaciones Científicas.
- Brida, J.G., Pereyra, J.S., Pulina, M. Y Such, M.J. (2013). Causalidad entre turismo y crecimiento económico de largo plazo: una revisión crítica de la literatura econométrica. *Revista Innovar Journal*, 23, (47), 53-64.
- Brida, J.G., Pereyra, J.S., Such, M.J. y Zapata, S. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo*, 22, 35-46.
- Capó, J., Riera, A. Y Rosselló, J. (2007). Tourism and long-term growth. A Spanish Perspective. *Annals of Tourism Research*, vol. 34, (3), 709-726.  
Doi:10.1016/j.annals.2007.02.003
- Cuadrado-Roura, J.R. y López, J.M. (2015). El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española. *Instituto Universitario de Análisis Económico y Social*. Madrid, España: Universidad de Alcalá.
- Fondo Monetario Internacional (2021). *World Economic Outlook*.

- García, M.M., Melchor, E. y Genaro, D. (2013). *Temas de economía española*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- González-Díez, V. y Moral-Benito, E. (2019). El proceso de cambio estructural de la economía española desde una perspectiva histórica. *Documentos ocasionales*, 1907. Madrid, España: Banco de España.
- Gordo, E., Jareño, J. y Urtasun, A. (2006). Radiografía del sector servicios en España. *Documentos ocasionales*, 607. Madrid, España: Banco de España.
- Instituto de Turismo de España (2007). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Recuperado de: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>
- Instituto de Turismo de España (2019). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>
- Instituto de Turismo de España (2020). *Instituto de Turismo de España, Turespaña*. Recuperado de: <https://www.spain.info/es/>
- Instituto Nacional de Estadística (2019). *Encuesta de población activa 2019*.
- Instituto Nacional de Estadística (2019). *Encuesta de movimientos en fronteras. FRONTUR 2019*.
- Instituto Nacional de Estadística (2020). *Contabilidad Nacional Anual*.
- Instituto Nacional de Estadística (2021). *España en cifras 2020*.
- Felgueroso, F., De la fuente, A. y Jansen, M. (2020). Aspectos económicos de la crisis del COVID-19. Boletín de seguimiento nº4. *Estudios de Economía Española FEDEA*.
- Organización Mundial del Turismo (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Panorama Internacional del Turismo*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

- Pulido, M.C., López, Y. y Pulido J.I. (2014). *Manual de gestión de Destinos Turísticos*. Valencia, España: Tirant Humanidades.
- Sainz, A. (2008). Metodología científica en la economía de la empresa: el diseño del proceso de investigación. *Revista de Ciencias Estratégicas*, XVI, (19), 119-136.
- Statistisches Bundesamt (2020). *Gross Domestic Product*. Recuperado de: [https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/National-Accounts-Domestic-Product/\\_node.html](https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/National-Accounts-Domestic-Product/_node.html)
- Statistisches Bundesamt (2021). *National Accounts*. Recuperado de: <https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/National-Accounts-Domestic-Product/Publications/Downloads-National-Accounts-Domestic-Product/at-a-glance-pdf-0310200.html>
- Torres, T., Sala, M. (2008). El turismo como elemento de crecimiento económico en el ámbito español. *Papers de Turisme*, (5), 83-95.
- Vela, L., Llonto, Y., Campos, W.M., Vasquez, M.L. (2018). Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento Económico y el desarrollo de Lambayaque en el periodo 1990 – 2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias. *Escuela profesional de economía de Perú. Instituto de investigación Economía y Sociedad*.
- World Travel and Tourism Council. (2003). Travel and Tourism: a world of opportunity. Recuperado de: <https://www.wttc.org>