

LECCIÓN INAUGURAL

Curso 2020-2021

**El Turismo
en la Economía Española y
la Irrupción de una Pandemia**

ALEJANDRO GARCÍA POZO

umaeditorial 

**EL TURISMO
EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA
Y LA IRUPCIÓN DE UNA PANDEMIA**

ALEJANDRO GARCÍA POZO

**El turismo
en la economía española y
la irrupción de una pandemia**

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
2020

© Alejandro García Pozo

© UMA editorial
Bulevar Louis Pasteur, 30 (Campus de Teatinos)
29071 - Málaga
www.umaeditorial.uma.es

Diseño y maquetación: Aurora Álvarez. UMA Editorial

ISBN: 978-84-1335-050-9

Esta obra también está disponible en formato electrónico.



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la Ley.

*A aquellos de mi familia, en sentido extenso,
que tan importantes son para mí.*

*A mis compañeros y amigos que han hecho de mi labor
académica una actividad feliz y productiva.
Ellos saben quiénes son.*

*A mis alumnos que son un estímulo diario
para seguir disfrutando de esta profesión
Y a todos los españoles que han perdido la vida
por esta pandemia.*

Índice

Preámbulo	7
Introducción.....	9
El sector turístico y sus peculiaridades	13
Demanda y oferta turística	18
Evolución de la contribución del sector turístico al PIB y al empleo en España	25
Crisis del sector: la irrupción de una pandemia.....	31
Algunas consideraciones finales	39
Bibliografía.....	45

Preámbulo

La propuesta, por parte del Rector de la Universidad, de impartir la lección inaugural del curso académico en la Universidad de Málaga ha supuesto para mí un gran honor y la oportunidad de sentirme doblemente orgulloso. En primer lugar, por ser el primer catedrático adscrito a la Facultad de Turismo que representa a este centro en un acto tan solemne de nuestra Universidad. Una Facultad de Turismo que me permito reivindicar como uno de los centros de la Universidad de Málaga con mayor prestigio investigador, ocupando el tercer puesto en los rankings nacionales de estudios turísticos universitarios y el puesto cuadragésimo séptimo a nivel mundial en el ranking de Shanghái en el campo *Hospitality & Tourism Management*. En segundo lugar, porque me permite dar visibilidad a todos aquellos investigadores de la Universidad de Málaga que nos dedicamos a estudiar este campo tan heterogéneo, pero con cada vez más entidad propia, el turismo. Investigadores sobre cuyo esfuerzo y buen hacer se construyen esos rankings, tan de moda en los últimos años. Y, dentro de ellos, me permitirán que quiera destacar a aquellos compañeros del departamento que tengo el honor de dirigir (Economía Aplicada-Estructura Económica) y de mi grupo de investigación (SEJ-139, Economía del Turismo: Mercado de Trabajo y Medio Ambiente) que hemos sido reconocidos en publicaciones especializadas

como los investigadores de la Universidad de Málaga con más publicaciones sobre turismo en revistas de impacto internacional (López-Bonilla *et al.*, 2017), como los profesores Sánchez Ollero, Campos Soria y yo mismo, siempre con la colaboración y maestría aportada por el profesor Marchante Mera.

Toda mi consideración para aquellos que dedican su experiencia y su conocimiento a la investigación y la docencia en turismo, en todas las áreas relacionadas con este campo.

El reto al que me enfrente, en estos tiempos tan convulsos, está condicionado por la variabilidad de los datos a muy corto plazo. Todo cambia muy rápido y los datos en Economía y para un sector como el turismo en esta situación de crisis, mucho más. No obstante, deseo que lo que les expongo a continuación sirva para entender un poco mejor el mercado de este sector, su importancia en la economía española y, finalmente, para ofrecer mi visión sobre la crisis económica provocada por la pandemia.

Introducción

El turismo, desde una perspectiva académica y como ya sugirió Bull (1991), es una de las pocas actividades que suscita el interés simultáneo de investigadores y docentes dedicados al estudio entre otras disciplinas, de la economía, geografía, informática, estadística, derecho, filología, historia del arte, psicología, biología, medicina. En esta misma línea se ha manifestado Jafari (2005), abogando incluso por la consideración del estudio del turismo, en su conjunto, como una disciplina científica en sí misma.

Esta relación de campos científicos puede parecer exagerada, pero si nos paramos un momento a pensar en la heterogeneidad de los factores que determinan el fenómeno turístico, esa duda se disipa. Los académicos de cada una de esas disciplinas nos dedicamos, conforme a nuestros campos de especialización, al análisis de aspectos tan diversos de esta actividad como, entre otros, el estudio de los mercados y la composición estructural del sector, de la gestión de empresas turísticas, de los recursos territoriales turísticos y la gestión del territorio en destinos turísticos, de la gestión de bases de datos y aplicación de tecnologías web utilizadas en este sector, de datos y proyecciones estadísticas, de las relaciones mercantiles y laborales entre los sujetos de la actividad turística, de los procesos químicos en alimentos y de la seguridad alimentaria.

Y, por supuesto, del conocimiento, gestión y difusión de la herencia y el patrimonio cultural y natural de los pueblos y las relaciones sociales entre los mismos, base primaria y primigenia del fenómeno turístico.

A la vista de esta extensa relación de enfoques analíticos del turismo, que no pretende ser exhaustiva, resulta evidente que el fenómeno turístico es una actividad compleja en la que entran en relación personas, empresas, recursos y territorios. Esa interacción entre los elementos señalados se inicia cuando los individuos, tanto nacionales como extranjeros, deciden desplazarse de su lugar de residencia habitual a otros territorios con el objetivo de realizar actividades de ocio, culturales, profesionales, sanitarias, entre otras. Para el desarrollo de estas actividades entran en contacto con empresas que le facilitarán la realización de esas actividades. Y, una vez en el destino, consumirán los recursos que ofrece ese territorio, generando riqueza y empleo.

Dada mi formación académica y mi trayectoria investigadora, sólo puedo abordar el análisis de la actividad turística desde el enfoque de la economía del turismo, mediante el estudio de la contribución de este sector al crecimiento económico y a la generación de empleo, en este caso, en la economía española. Desde esta perspectiva, el turismo se ha consolidado como una de las actividades económicas más destacada de la economía española contribuyendo de forma significativa al crecimiento económico español y, en ciertas situaciones previas de crisis económica, comportándose como elemen-

to compensador del retroceso económico de otros sectores (Cuadrado-Roura y López Morales, 2015). Esta contribución positiva alcanzada en los últimos años se ha producido tanto por el creciente recurso de los españoles al turismo doméstico con un incremento del gasto total en 2019 del 5,9% con respecto a 2018 (INE, 2020a), como por el crecimiento de la llegada de turistas extranjeros que alcanzaron en 2019 los 83,7 millones de turistas con un gasto total de 92.278 millones de euros (INE, 2020b y 2020c). Esos datos referidos a turistas extranjeros han consolidado el destino turístico España, en el último decenio, entre los tres primeros del mundo, junto a Francia y Estados Unidos, tanto en número de turistas como en gastos turístico realizado (WTO, 2020).

Además, si se consideran las transacciones en el ámbito del sector exterior, tradicionalmente el saldo de la balanza comercial española (que incluye la diferencia entre exportaciones e importaciones de mercancías) ha sido negativo, siendo compensado en parte por la buena marcha de los ingresos netos del turismo. La evolución positiva del sector turístico español, que será analizada posteriormente, ha permitido confirmarlo como una de las locomotoras de la economía española.

Todo iba bien hasta que empezamos a tener noticias de la presencia de un virus en algunas zonas de la República Popular de China. Ese virus se expandió por todo el mundo en sólo unos meses convirtiendo ese brote vírico en una pandemia global que tanto ha cambiado nuestra vida. En el momento en el que escribo este documento, las consecuencias sanitarias,

sociales y económicas de esta pandemia en España desde que se presentaron los primeros casos de contagio, a principios de 2020, son difícilmente cuantificables. En el caso del sector turístico las cifras que se van conociendo en forma de datos de avance son devastadoras y créanme si les digo que me gustaría ser más optimista.

Este documento pretende, en las siguientes páginas, señalar las peculiaridades del sector turístico y su delimitación para conocer mejor esa realidad. A continuación, mostraré algunos aspectos básicos de la oferta y la demanda turística en España. Posteriormente, presentaré algunas evidencias de la evolución de la contribución de este sector a la riqueza nacional y al empleo, lo que me permitirá introducir un breve análisis de cómo ha afectado a esos valores el desarrollo de la crisis económica producida por la propagación pandémica del virus conocido como COVID-19. Finalizaré con una sucinta relación de consideraciones sobre el futuro del sector.

El sector turístico y sus peculiaridades

Desde un punto de vista económico, el turismo había sido tradicionalmente definido bien en términos de demanda, en función de las actividades desarrolladas por los turistas, o bien en términos de oferta, considerando los servicios prestados por las empresas integradas en el sector. En la Conferencia sobre Estadísticas de Viajes y Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), celebrada en Ottawa en 1991 se optó por un concepto de la realidad turística centrada en la demanda definiendo el turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y sus estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros” (WTO, 1991).

Esta conceptualización del turismo pone de manifiesto la complejidad de este sector, tanto por la ambigüedad en la delimitación del objeto de análisis como por la miríada de relaciones existentes entre los sujetos que intervienen en la actividad turística (Uriel *et al.*, 2001).

Desde la perspectiva del análisis económico, la primera dificultad a la que nos enfrentamos al tratar al sector turístico se encuentra en esa definición. Al estar orientada hacia la demanda, en esta definición se hace referencia a actividades con-

cretas de tipos particulares de consumidores, mientras que en términos de análisis económico al turismo se le considera una *industria* que, tradicionalmente, son definidas en términos de oferta. La utilidad de analizar una industria en términos de oferta se encuentra en la posibilidad de identificar el conjunto de actividades económicas que están relacionadas dentro de ese sector o industria. Ese conjunto de actividades se clasifica siguiendo algún tipo de estándar con reconocimiento internacional tales como la Clasificación Internacional de Actividades Económicas elaborada en el seno de la ONU y, en el caso de España y con una metodología homogénea, la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, responsabilidad del Instituto Nacional de Estadística (INE). Estas clasificaciones permiten valorar las aportaciones al crecimiento económico de cada una de esas actividades económicas y, por tanto, su comparación en términos temporales y por áreas geográficas. Sin embargo, en el caso del sector turístico la identificación de actividades concretas que oferta el sector al combinarla con los diferentes tipos de consumidores, se convierte en un ejercicio de complicada resolución ya que no es la naturaleza de un bien o servicio lo que identifica a una actividad como turística, sino las circunstancias del consumidor de ese bien o servicio. A modo de ejemplo, si un taxista recoge a un cliente, esa actividad podrá ser considerada como turística si ese cliente no es residente en la ciudad de referencia, pero si es un residente en esa ciudad la actividad no podrá ser considerada como turística. Por todo lo anterior, la definición de *turismo* no está

relacionada con el producto o servicio consumido sino con el tipo de consumidor, que se constituye en el elemento crítico al definir una actividad como turística, cuando realiza actividades consideradas como turísticas.

La segunda peculiaridad a la que nos enfrentamos, debido a la especial concepción de la actividad turística, se encuentra en la forma de interacción de los participantes en el mercado turístico. Dos de los subsectores más importantes de la industria turística, el transporte y el alojamiento, funcionan de tal forma que el consumidor es el que realiza el desplazamiento a un lugar distinto al de su residencia habitual para recibir el servicio y, además, realiza el pago (o parte de él) antes de recibir el servicio contratado. Por ello, es fácil encontrar un gran número de empresas de intermediación tanto en origen como en el destino elegido por el consumidor lo que facilita, por una parte, la segmentación de los mercados, por otra, las actividades de promoción lejos del lugar de prestación del servicio turístico y, finalmente, la contratación online de esos servicios turísticos. Estos factores introducen una mayor complejidad en este sector.

Por otra parte, el mercado turístico sufre una dependencia muy elevada no sólo de los recursos naturales, que en muchos casos determinan su capacidad de oferta, sino que también muestra una significativa sensibilidad a las externalidades que se puedan producir en el entorno de la actividad turística como consecuencia de cambios climáticos, políticos, sociales, culturales o sanitarios, tal y como hemos podido constatar en

los últimos meses. Externalidades negativas en estos aspectos pueden revertir las decisiones de los consumidores en un espacio muy corto de tiempo, provocando de esta forma efectos indeseados en los destinos turísticos afectados. En este sentido, es importante destacar que el consumo turístico tiene una componente social muy significativa que lleva a expandir asimetrías informativas sobre las consecuencias de las externalidades negativas en entornos muy amplios (Wren-Lewis y Keogh-Brown, 2009).

En relación con la peculiaridad anterior, pero en esta ocasión en sentido positivo, el sector turístico posee una probada resiliencia en las pasadas crisis económicas en las que este sector ha demostrado su capacidad para recuperarse con fuerza y rapidez después de grandes conmociones externas. Asimismo, el turismo contribuye directamente e indirectamente, como consecuencia de su efecto multiplicador, tanto a la generación de empleo como al crecimiento económico necesario para la recuperación tras una crisis económica (UNWTO, 2020).

Además, el sector turístico sufre en muchos países una elevada estacionalidad lo que condiciona la realización de inversiones y la generación de empleo de las actividades relacionadas con este sector. El caso español es un buen ejemplo de esta limitación de la actividad turística.

Finalmente, un elemento determinante en el desarrollo, control y expansión de la actividad turística es la participación activa de las instituciones públicas. Si bien es evidente la actuación de las administraciones públicas en el conjunto de los

sectores económicos, en el caso del turismo esa presencia puede condicionar las decisiones de las empresas del sector debido bien a los cambios normativos que afectan a las empresas, bien en el fomento internacional de un destino turístico, bien en el desarrollo de infraestructuras que propicien el desarrollo turístico o bien en la elaboración y puesta en marcha de políticas activas de apoyo al sector en situaciones de crisis.

Demanda y oferta turística

Antes de analizar la importancia del turismo en la economía española, es necesario definir algunos aspectos clave de este sector, tanto desde la perspectiva de la demanda como desde la de la oferta, que permitan dimensionar la complejidad de este sector y la incidencia del mismo en la actividad económica. La información estadística en España referida tanto a la oferta como a la demanda y al empleo turístico se encuentra recogida sintéticamente en la Cuenta Satélite del Turismo de España (CST) elaborada por el INE. Esta CST “proporciona el marco conceptual y la estructura orgánica para la conciliación de la mayoría de las estadísticas de turismo en el marco más amplio de las estadísticas económicas nacionales” (Naciones Unidas, 2010).

Siguiendo las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008* (Naciones Unidas, 2010) y sin ánimo de ser exhaustivo en la exposición de la multitud de definiciones que se podría presentar, el conocimiento de la demanda turística debe comenzar con la definición de viaje, que designa a todo desplazamiento de un individuo a un lugar distinto del de su residencia, desde el momento de su salida hasta su regreso. Estos viajes pueden ser internos (dentro de un país), receptores (realizados a un país por no residentes) y emisores (realizados por residentes a otros países). Cuando esos viajes

los realizan visitantes por motivos turísticos nos encontramos ante la actividad turística (interna, emisora o receptora), siendo calificados como turistas aquellos viajeros que realizan una pernoctación en su viaje, o como excursionistas si sólo realizan una visita de un día. Por economía de espacio y tiempo, en este documento centraré mi atención principalmente en el turismo receptor y en el turismo interior que son los que más inciden en el crecimiento económico nacional y, por supuesto, en el empleo.

Los visitantes turísticos son el objeto de análisis en el estudio del turismo. Los viajes que realizan pueden caracterizarse por seis elementos claves que definen la actividad turística:

- *Motivo principal del viaje*, esto es, la motivación sin la cual el viaje no se hubiera realizado. Los motivos principales para viajar reconocidos por la OMT son, en primer lugar, los personales, que incluyen vacaciones, recreo y ocio; visitas a familiares y amigos; educación y formación; salud y atención médica; religión/peregrinaciones; compras; tránsito; y, otros motivos. Y, en segundo lugar, los profesionales y de negocios.
- *Tipología del producto turístico*, éste se presenta como una combinación de diferentes servicios prestados (transporte, alojamiento, actividades en el destino, etc.) junto a un lugar de interés específico al que llamamos destino.
- *Duración del viaje*, que incluye una pernoctación como mínimo y se mide en términos de número de

noches disfrutadas en el destino. Es el elemento crucial para evaluar la importancia de la demanda de servicios turísticos y, por ende, para estimar el volumen de gasto turístico realizado durante un viaje. En el caso español, la media de pernoctaciones recogidas por la CST para la serie contable 2016-2018 (última información disponible) sitúa el número de pernoctaciones anuales del turismo receptor en más de 614 millones y el del turismo interior en algo menos de 651 millones (INE, 2020d).

- *Origen y destino del viaje.* En el caso del turismo receptor, la determinación del país de residencia del turista es fundamental para la realización de análisis económico de gasto turístico regionalizado, siendo este criterio frente al de la nacionalidad del consumidor el seguido en las Recomendaciones Estadísticas de la OMT. Por su parte, en el caso del turismo emisor, los viajes deberían ser considerados en función del destino principal elegido por los turistas. Finalmente, se debe diferenciar de lo anterior el turismo interior como tercer elemento de esta clasificación.
- *Medios de transporte utilizados,* que se establecen considerando el principal recurso utilizado por el turista para acceder al lugar de destino. La clasificación de medios de transporte elaborado por la OMT recoge 17 tipos diferentes agrupados en tres grandes divisiones: aéreo, acuático y terrestre.

- *Tipología de alojamiento*, que representa uno de los componentes más importantes de los gastos turísticos totales de cada viaje. En España según el INE, los alojamientos pueden clasificarse en: hoteleros, campings, apartamentos turísticos, alojamientos de turismo rural y albergues, además de los alojamientos de no mercado (Viviendas en propiedad, de familiares o amigos y otras). Junto a está figuras tradicionales, es importante destacar el significativo incremento del recurso a las viviendas de uso turístico como forma de alojamiento turístico durante la última década.

El conocimiento de los seis elementos mencionados, junto a las características personales de los visitantes, permiten categorizar y pormenorizar un elemento transcendental, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, del que se hace uso en el análisis económico del sector turístico, que no es otro que el gasto turístico. Éste, como señala Naciones Unidas (2010), “hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros”. Esta definición que incluye prácticamente todos los gastos realizados habitualmente por los visitantes¹ durante su estancia, presenta una in-

¹ A la hora de realizar análisis económicos del sector turístico las categorías recomendadas por la OMT para la obtención de información sobre el gasto turístico son: viajes combinados, vacaciones combinadas y paquetes turísticos;

dudable dificultad de cuantificación en términos monetarios. Por ello, en el caso de España, y siguiendo las recomendaciones de la OMT, el INE realiza una estimación del gasto turístico mediante la Encuesta de Gasto Turístico para el turismo receptor (periodicidad mensual) y la Encuesta de Turismo Residente para el turismo interior (periodicidad trimestral).

El estudio del sector turístico, desde una perspectiva económica, obliga también a analizar la oferta turística como elemento definidor de las actividades puestas a disposición de los visitantes y, evidentemente, como contrapartida del gasto turístico realizado. La contribución económica del turismo al crecimiento económico de un país se puede cuantificar mediante la oferta turística, ya que ésta da respuesta a la demanda.

Conceptualmente, la oferta turística se define como “la provisión directa a los visitantes de los bienes y servicios que constituyen el gasto turístico” (Naciones Unidas, 2010). Así, la tipología de bienes y servicios característicos del turismo que constituye la oferta turística es agrupada por la OMT en doce categorías que son las utilizadas en la elaboración de las CST y que permiten, de esta forma, la comparación internacional de los resultados del sector turístico. Los grupos de productos de consumo ofertados por las ramas de actividad turística son:

1. Servicios de alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas

alojamiento; alimentos y bebidas; transporte local; transporte internacional; actividades recreativas, culturales y deportivas; compras; y, otras.

3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por vía acuática o marítima
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas
9. Servicios culturales
10. Servicios deportivos y recreativos
11. Bienes característicos del turismo, específico de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país

La clasificación mencionada permite el conocimiento de los componentes que más peso tienen en la oferta turística. La distribución por productos de la oferta turística, en función del gasto realizado por el turismo receptor en productos característicos del turismo, en los últimos años ha mantenido cierta estabilidad. De esta forma, la CST para la serie contable 2016-2018 recoge que el alojamiento de turismo receptor ha supuesto en torno al 40% del gasto turístico, la provisión de alimentos y bebidas algo menos del 20%, los servicios de transporte sobre el 15% y los servicios culturales y recreativos han alcanzado valores próximos al 20%. Todos esos componentes de productos característicos del turismo han situado el gasto turístico receptor medio anual en ese período en unos 53.000 millones de euros, además de otros 22.000 millones

de euros que los turistas se gastaron en productos no característicos de turismo (INE, 2020d). En el caso del gasto turístico interno, esos valores se sitúan respectivamente en los 43.500 y los 8.250 millones de euros.

La información presentada en este apartado permite confirmar la importancia y complejidad del mercado turístico con sus diferentes áreas de análisis. Esta realidad poliédrica posee una importancia decisiva en los valores macroeconómicos de la economía española. La evolución de esas macromagnitudes relacionadas con el sector turístico, esto es, su incidencia en el crecimiento económico y en la generación de empleo, será el objeto de análisis del siguiente apartado.

Evolución de la contribución del sector turístico al PIB y al empleo en España

La importancia del turismo en la economía española desde mediados del siglo XX hasta nuestros días es indudable. El inicio de la apuesta española por la oferta turística como elemento decisivo de su crecimiento económico está muy relacionado con la puesta en marcha del Plan de Estabilización de 1959 y la apertura económica que éste supuso. A partir de los años sesenta se confirmó que los atractivos de España como destino turístico (recursos naturales, culturales, gastronómicos, etc.) podían seducir a turistas de todo el mundo que aportaban una fuente de ingresos importantes para la economía española y, como ya se ha comentado, un elemento compensador de los resultados negativo tradicionales de la balanza comercial española. Por otra parte, las mejoras de las infraestructuras de comunicaciones y hoteleras, el incremento de la calidad de vida de los españoles y la percepción de la calidad del destino turístico español, propició también un crecimiento significativo del turismo interior que complementó la demanda turística receptora. Esta oportunidad de desarrollo del sector turístico se consolidó a lo largo de las décadas y, a pesar de las crisis económicas que hemos sufrido por el camino, en la actualidad

España es uno de los principales destinos turísticos mundiales. Este liderazgo mundial se ha visto confirmado por el incremento de la presencia de residentes extranjeros en España por motivos turísticos, que ha pasado de un número de 52 millones de turistas en 2010 a alcanzar la cifra de 83,7 millones de turistas en 2019 (INE, 2020c).

Para valorar económicamente la importancia señalada es necesario cuantificar la contribución del turismo a la riqueza nacional y la capacidad de este sector de generar puestos de trabajo. Por lo que se refiere a la contribución al crecimiento económico, si bien los resultados presentados desde el lado de la oferta y de la demanda, tanto en las Cuentas Nacionales como en la CST, deben ser coincidentes por la metodología empleada, debido a la complejidad de establecer el gasto turístico desde la perspectiva de la oferta y por la propia definición de turismo realizada desde la perspectiva de la demanda por la WTO (1991), parece razonable utilizar la propuesta del INE de realizar las estimaciones de gasto turístico para analizar su contribución al crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) mediante la demanda final turística. Ésta se define *grosso modo* como el gasto realizado en España en consumo final por el turismo receptor, el turismo interior, consumo de las Administraciones Públicas con finalidad turística y la formación bruta de capital fijo vinculada al turismo. Por su parte, el empleo turístico se estima mediante los datos de empleo o puestos de trabajo efectivamente desarrollado en las ramas de actividad características de turismo que se presentaron con anterioridad.

Tabla 1. Evolución del PIB español y del asociado al Turismo

Año	Crecimiento anual del PIB	PIB asociado al Turismo ¹	Peso del Turismo en el PIB	Crecimiento anual del PIB asociado al Turismo
2010		110,6	10,3	
2011	-0,8	111,9	10,5	2,0
2012	-3,0	111,2	10,7	2,6
2013	-1,4	109,8	10,7	-0,2
2014	1,4	113,0	10,9	1,7
2015	3,8	118,1	11,0	0,1
2016	3,0	126,6	11,4	3,7
2017	2,9	142,0	12,2	7,5
2018 (A)	2,4	147,9	12,3	0,7

Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España, CST, varios años.

Notas: ¹ En miles de millones de euros. (A) Avance.

En la Tabla 1 se presentan datos del conjunto de la economía española y del sector turístico desde el año 2010 hasta la finalización de 2018, que es la última información disponible facilitada por el INE.

Estos datos ponen de manifiesto, esencialmente, tres hechos significativos:

- En los años finales de la crisis económica iniciada en 2008, el sector turístico mostró más capacidad de supervivencia y de recuperación que el conjunto de la economía española, ya que hasta el año 2014 el PIB español no creció positivamente, mientras que el sector turístico presentó datos positivos en esos mismos

años excepto en 2013 en el que el crecimiento negativo fue leve.

- En los años posteriores a la crisis, a partir de 2015, el crecimiento del sector turístico y del conjunto de la economía presentan una tendencia positiva que confirma un período de recuperación económica, aunque con datos en el turismo menos homogéneos que el conjunto de la economía española.
- El incremento del peso del turismo en el PIB español presenta una tendencia creciente a lo largo de toda la serie, situándose en 2018 en el 12,4%. Si se compara este dato con los presentados por otros sectores económicos españoles según el INE (2020e), como la construcción (5,6%), la industria manufacturera (11,2%), comercio y transportes (9,2%), se puede afirmar que el turismo es la principal industria de España, confirmando de esta forma la importancia de este sector en la economía española.

Es importante señalar que, aunque los datos sobre el PIB español para el año 2019 aún no estén disponibles, los resultados turísticos record tanto en número de turistas extranjeros como en gasto turístico para ese año, no hacen vislumbrar un cambio en la tendencia de crecimiento positivo del PIB español (estimado por diversos organismos, entre ellos el INE, en el entorno del 2%) y del PIB asociado al turismo. Conclusión, se puede pronosticar que el año 2019 se confirmará con datos oficiales como un buen año para el sector turístico en términos macroeconómicos.

Tabla 2. Evolución de la aportación del empleo turístico al mercado de trabajo español

Año	Empleo turístico ¹	Tasa de crecimiento interanual del empleo turístico	Tasa de crecimiento interanual del empleo nacional	% del empleo turístico sobre el empleo español
2010	2152			11,6
2011	2160	0,4	-1,6	11,7
2012	2077	-3,9	-4,3	11,7
2013	2084	0,3	-2,8	11,8
2014	2203	5,7	1,2	12,3
2015	2322	5,4	3,0	12,1
2016	2448	5,4	2,7	12,3
2017	2511	2,6	2,6	12,4
2018	2605	3,7	2,7	12,7
2019	2674	2,6	2,3	13,5

Fuente: INE, CST, Encuesta de Población Activa, varios años.

Notas: ¹ En miles de ocupados

Al ser la industria turística la que más contribuye al PIB español y ser, también, una actividad intensiva en factor productivo trabajo, los datos de empleo de esta industria deben reflejar asimismo su importancia en el mercado de trabajo español. Las cifras del mercado de trabajo turístico mostradas en la Tabla 2 permiten señalar varios aspectos de interés:

Las tasas de crecimiento interanual del empleo turístico son casi siempre superiores a las del conjunto de la economía española. Este hecho evidencia la mejor adaptación del mercado de trabajo turístico a circunstancias que reducen el cre-

cimiento económico o dicho de otra forma, como ya se ha indicado, la resiliencia característica de este sector.

La tendencia creciente del peso del empleo turístico en el conjunto del empleo en España. Si bien es cierto que las actividades turísticas son intensivas en el uso del factor trabajo, este dato también indica la capacidad del sector para generar empleo. No obstante, las características que presenta la mayoría de las actividades turísticas (elevada temporalidad, presencia mayoritaria de trabajadores de colectivos vulnerables como jóvenes, mujeres y extranjeros, menor nivel de formación, pocas posibilidades de promoción y bajos salarios) frente a otros mercados de trabajo (García-Pozo, Marchante-Mera, Sánchez-Ollero, 2011), hace que el empleo no sea de la calidad deseable.

En resumen, y por los datos comentados con anterioridad, he justificado la importancia económica del sector turístico en España en la última década, por su creciente peso en la riqueza española en términos de PIB turístico y por la significativa participación del empleo turístico en el mercado de trabajo nacional. Pero, ¿qué ocurre en el último año?

Crisis del sector: la irrupción de una pandemia

Diversas entidades públicas y privadas durante el año 2019 (EXCELTUR, HOSTELTUR, WTO, OCDE, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, entre otras), a la vista de la evolución de la economía española y, concretamente, del sector turístico establecieron unas previsiones de crecimiento económico positivas para el año 2020, aunque con cierto grado de enfriamiento, situando el incremento previsto del PIB español en el 1,6%. En el caso del sector turístico se pronosticaba también cierta ralentización del crecimiento debido fundamentalmente a la reducción del crecimiento económico internacional, la incertidumbre creada por el BREXIT y por el incremento de la competencia de otros destinos turísticos. A pesar de lo anterior, para este año 2020 los pronósticos económicos situaban el crecimiento del PIB ligado al turismo en el entorno del 1,5%.

Durante el mes de diciembre de 2019, comenzaron a llegar noticias a los países occidentales sobre la presencia de un brote en una ciudad china, Wuhan con más de once millones de habitantes, de un virus desconocido hasta ese momento que provocaba consecuencias gravísimas para la salud de los infectados. El coronavirus SARS-CoV-2 provocaba una enfermedad que fue denominada por la Organización Mundial de

la Salud² COVID-19. Este brote inicial se transformó en una pandemia global en pocas semanas, siendo Italia el país europeo más afectado inicialmente. En España, el primer caso confirmado de COVID-19 se produjo el 31 de enero de 2020 en la isla de La Gomera y, el primer fallecido, el 13 de febrero en Valencia.

En el momento en que escribo este documento, finales de agosto, el número de contagiados a nivel mundial supera ampliamente los 25 millones de personas y el de fallecidos los 840.000. En España, la cifra oficial de contagiados se acerca a los 440.000 y la de fallecidos supera los 29.000, aunque sobre esta última cifra existe mucha controversia, situándola otras fuentes en el entorno de las 45.000, lamentablemente. Mucho habría que hablar sobre, en mi opinión, la tardía e ineficaz respuesta del Gobierno de España ante la irrupción y la expansión de la pandemia por todo nuestro país, basada principalmente en la falta de previsión, escasa planificación de la respuesta al virus, incapacidad en la gestión sanitaria y de provisión de material sanitario y en una toma de decisiones basada en criterios políticos, y en algunos casos ideológicos, más que en criterios sanitarios. Pero creo que este asunto deberá ser analizado en un futuro cercano y no en este momento, por tanto, proseguiré con el objetivo de esta lección.

² Según la Organización Mundial de la Salud, su nombre parte de las palabras *corona*, *virus* y *disease*, representando el 19 el año en el que apareció el brote.

Como consecuencia de la rápida expansión de la pandemia en nuestro país, el Gobierno de España aprobó la declaración del estado de alarma, recogido en la Constitución Española, el 14 de marzo de este año para gestionar la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Posteriormente, se aprobaron en sede parlamentaria sucesivas prórrogas de este estado de alarma, finalizando esta situación excepcional el 21 de junio. En el ámbito económico, la declaración de este estado de alarma y los confinamientos de la población que llevaba aparejado han supuesto en la práctica la casi paralización de la actividad económica en España durante ese período.

Según datos del INE, que reconoce la extraordinaria dificultad para la medición de la evolución económica reciente como consecuencia de la extensión de la pandemia y las diferencias territoriales a la hora de levantar las medidas contempladas por las autoridades sanitarias, la producción de la economía española se redujo, en términos de tasa de variación intertrimestral, un 5,2% durante el primer trimestre del año y un 18,5% en el segundo. En términos interanuales, las reducciones en el PIB se situaron en el 4,1% y el 22,1%, respectivamente (INE, 2020f). Por lo que se refiere al empleo, en los dos primeros trimestres del año el número de ocupados se redujo en 1.359.600 personas, pasando la tasa de paro del 13,78% a final de 2019 al 15,33% a 30 de junio de 2020 (INE, 2020g). Además, estos datos de paro no incluyen las personas que han sido reconocidas por el Ministerio de Trabajo y Economía Social como inmersas en un expediente de regulación temporal

de empleo (ERTE) que, a 31 de mayo de 2020, su número ascendía a más de 3,7 millones de trabajadores.

El sector turístico ha sido de los más afectados por las consecuencias económicas de esta pandemia. Si bien la información estadística relativa al sector turístico es de más difícil recopilación, sí es posible afirmar que las restricciones provocadas por el estado de alarma llevaron al cierre de todas las actividades relacionadas con el turismo durante los meses de abril y mayo. Sólo en junio, último dato disponible en el INE, comenzó el retorno de la actividad, pero con una reducción de los turistas que visitaron España con respecto a junio de 2019 del 97,7% (INE, 2020c) y una reducción del gasto de los turistas internacionales del 98,6% (INE, 2020b). Esta situación ha provocado una evidente reducción de la aportación del turismo a la riqueza nacional que, en unos meses, podrá ser cuantificada con certeza. Por lo que se refiere al empleo, la destrucción de puestos de trabajo, en términos de afiliados a la seguridad social relacionados con actividades turísticas, ha sido tres veces más intensa que la media nacional (Seguridad Social, 2020). Por otra parte, en términos de tasa de paro en el sector turístico la cifra se sitúa a final del segundo trimestre en el 19,6% frente al 11,1% del mismo período en 2019, pero además el 58,7% de los ocupados en este sector no han desarrollado su actividad laboral al estar incluidos en ERTes.

El cierre de empresas, la destrucción de empleo, la escasa generación de riqueza del sector, los cierres de fronteras y, fundamentalmente, un futuro incierto debido a la proliferación

de rebrotes del virus que han generado desconfianza a los ciudadanos españoles y a los ciudadanos y gobiernos de nuestros países emisores, hacen que el panorama del sector turístico en España sea desolador.

En mi opinión, antes de plantear sugerencias para la reactivación del sector turístico español es necesario señalar algunos aspectos característicos del turismo y donde habrá que incidir a la hora de diseñar políticas si se quiere evitar el hundimiento del sector. En primer lugar, hay que señalar que la pandemia ha afectado tan severamente al sector turístico debido, entre otras cosas a las propias características del turismo, el cual exige un desplazamiento de una zona a otra (lo que requiere que esté permitido por las autoridades) y la confianza del consumidor-turista en las condiciones de seguridad de ese desplazamiento y en el destino. Esta evidencia nos lleva a destacar este segundo elemento que resultará crucial para la recuperación del turismo: la seguridad en términos sanitarios. Si no se controla la pandemia, la economía española en general y el turismo en particular no se recuperarán. Es necesario que los turistas nacionales (en sus desplazamientos internos entre provincias y regiones) y los de los países emisores perciban que el destino España es seguro, ya que ante la disyuntiva de realizar turismo o proteger la salud, muchos opten por protegerse de la pandemia. En tercer lugar, la enorme heterogeneidad de los oferentes de servicios en el mercado turístico. Este sector incluye desde las grandes empresas de transporte y cadenas hoteleras, hasta los autónomos que poseen un pequeño bar o

son guías turísticos, pasando por restaurantes, servicios culturales y de ocio, comercio al por menor, alojamientos en sus diferentes formas, industrias auxiliares y un largo etcétera de actividades que poseen peculiaridades que las hacen diferentes a la hora de realizar su actividad pero que tienen un elemento en común, la necesidad de la presencia de turistas. En cuarto lugar, otro rasgo del turismo es su segmentación del mercado, que hace que en función de sus clientes objetivos puedan adaptarse mejor o peor a la situación de pandemia. En quinto lugar, la estacionalidad del sector, sobre todo los destinos de sol y playa y aquellos cuya facturación mayoritaria se realiza en verano no van a tener un año fácil hasta el verano del próximo año, si llegan a sobrevivir durante esa enorme travesía del desierto. Finalmente, las administraciones públicas deben tener una actuación prioritaria en la reactivación del sector. Una vez que el destino sea seguro, la promoción del destino de calidad que siempre ha sido España, junto con la garantía de ser un destino seguro, es una labor en la que las administraciones públicas deben poner todo su empeño. Además, las ayudas económicas al sector deben ser preferentes ya que, desde un punto de vista macroeconómico, a diferencia de otros sectores donde el impacto de la crisis ha sido menor, en el caso del turismo éste ha sido enorme y habrá que redistribuir gasto público en forma de ayudas hacia este sector, en vez de dedicar ese gasto a iniciativas con escaso efecto multiplicativo de la renta, ya que no debemos olvidar que el turismo es la industria que más aporta al PIB español. En el marco de un plan nacional

de reactivación de la economía española, es necesario que se desarrolle, como señalan Bonet y Balletbó (2020), un plan estratégico del sector turístico español que sienta las bases para la salida de esta crisis del sector turístico y del conjunto de la economía, estructurado en tres fases: supervivencia del sector, recuperación y reconstrucción económica.

Lo hecho hasta el momento, por parte del Gobierno de España para la reactivación del turismo, resulta cuanto menos insuficiente. Junto a los subsidios por pérdida de empleo, aunque con muchas dudas iniciales sobre si los autónomos podrían ser beneficiarios de ellos, y situaciones de ERTE, el Gobierno de España aprobó el Real Decreto-ley 25/2020 de medidas urgentes para la reactivación económica y el empleo y un Plan de impulso para el sector turístico. El primero incluye medidas relacionadas con la moratoria hipotecaria para el sector turístico, una propuesta de planes de sostenibilidad turística en destinos y un sistema extraordinario de financiación de proyectos para la transformación digital e innovación de este sector. Medidas sin duda necesarias, pero con poco impacto en las necesidades a corto plazo del sector en su conjunto. El segundo, se centra en el objetivo de transformar nuestro turismo en una actividad segura y sostenible en una situación pos-COVID-19. Este plan, dotado con 4.262 millones de euros, mayoritariamente bajo la forma de avales del Instituto de Crédito Oficial (ICO), se asienta en cinco pilares básicos: recuperación de la confianza en el destino, medidas para la reactivación del sector, mejora de la competitividad del

destino turístico, mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística y marketing y promoción. Estas medidas, que en su mayoría ya han sido tratadas en otras agendas de desarrollo económico³, adolecen del mismo problema que presenta el primer documento, son medidas pensadas para el medio y largo plazo, presentando además una ausencia total de ayudas directas a las empresas y políticas de rentas que incentiven la demanda. Además, parece absolutamente insuficiente una dotación económica como la señalada cuando el PIB ligado al turismo se acercaba a los 150.000 millones de euros en 2018.

³ Ver Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible elaborada por la ONU y Asumida por el Gobierno de España (<https://www.agenda2030.gob.es/>)

Algunas consideraciones finales

El objetivo básico de las administraciones públicas en este momento, para intentar facilitar la supervivencia de gran parte del sector turístico español y su empleo, debe ser controlar la pandemia, ya que, como se ha sugerido, sin seguridad el turismo es una actividad de riesgo potencial indeseado. Para ello, se hace evidente que debe mejorar la coordinación entre los diferentes niveles de la administración, incrementar las medidas sanitarias de seguimiento y control de los rebrotes, mejorar la imagen del transporte aéreo como sector estratégico para el desarrollo de la actividad turística en España, ya que aproximadamente el 50% del turismo en nuestro país es extranjero, y, por supuesto, la realización de un ejercicio de responsabilidad por parte de los ciudadanos, debido a que en la actualidad y desgraciadamente la única defensa ante el COVID-19 es preventiva y está basada en la higiene personal, la distancia física y el uso de mascarillas.

En estos meses que llevamos sufriendo esta pandemia, muchos son los pronósticos y las especulaciones de los auto-denominados expertos que, en el ámbito académico y de los medios de comunicación de masas, han elaborado sus propias profecías, la mayoría de ellas con escasa o nula base científica. Ciertamente es que trazar el futuro de la industria con todas las variables de análisis, o la mayoría de ellas, desconocidas o

cambiantes de un día para otro es difícil, por no decir imposible. Sin embargo, ante estos escenarios complejos, parece razonable pensar que algunas medidas necesarias para superar la crisis presentan coherencia y cierto consenso entre los economistas.

La supervivencia del sector turístico, en línea con lo planteado por Bonet y Balletbó (2020), se debe asentar a corto plazo en la puesta en marcha de un plan específico para el sector turístico donde se incluyan medidas tales como:

Asegurar la liquidez y financiación de las empresas que han visto desaparecer sus ingresos mientras sus compromisos de pago seguían sobre la mesa, bien mediante ayudas directas o mediante préstamos a medio plazo que posean periodos de carencia suficientemente amplios. Medidas estas que deben llegar también a las pequeñas empresas y a los autónomos.

Redistribuir las rentas generadas por otros sectores menos afectados por la crisis hacia el sector turístico, ya que las ayudas planteadas por el Gobierno de España para un sector que se prevé que va a reducir su actividad durante 2020, según la OMT, en un 70% aproximadamente, y que genera el 12,3 del PIB español, son insuficientes.

Muy relacionado con lo anterior, aprobar una reducción temporal de la carga fiscal del sector turístico que abarque los impuestos y tributos locales, autonómicos y estatales a los que deben hacer frente las empresas del sector, así como eliminar el pago a cuenta del impuesto de sociedades. Esta medida parece que por ahora será de difícil aplicación, por las declaraciones

de algunos miembros del Gobierno de España que proponen subidas impositivas para el conjunto de la economía. Bien es cierto que el presidente del Gobierno incitó a los españoles a incrementar el gasto de los ciudadanos para incentivar la recuperación económica, pero si se incrementa la presión fiscal difícilmente se podrá incrementar el gasto. Sorber y soplar a la vez en términos fiscales es complicado.

Proteger el empleo mediante la extensión temporal de los ERTE por razón de fuerza mayor y con más flexibilidad, que permitan una mejor adaptación a los cambios que se produzcan en la actividad empresarial condicionada por la pandemia.

Incentivar la demanda mediante la recuperación de la imagen de España como destino de calidad y seguro, la realización de campañas de bonos turísticos para el incremento de la demanda nacional y reducciones temporales del IVA para el sector que hagan más atractivo su consumo y más competitivo el servicio frente a otros competidores internacionales.

El plan estratégico señalado también debería incluir medidas para el medio y largo plazo que permitan la recuperación y reconstrucción del sector turístico español que, en parte, han sido recogidas en el Plan de impulso para el sector turístico, elaborado por el gobierno de España.

En primer lugar, es necesario incrementar la colaboración entre instituciones públicas y empresas/autónomos con el objetivo de mejorar el modelo turístico español mediante una apuesta clara por una oferta de mayor calidad frente al modelo actual centrado en la cantidad y en incrementos continuados

del número de turistas. Este modelo genera sobrexplotación del recurso turístico y una excesiva dependencia de la economía española de este sector.

En segundo lugar, diseñar y aplicar políticas empresariales, en colaboración con el sector público, que promuevan la innovación y el desarrollo tecnológico de empresas, independientemente de su tamaño. La digitalización del sector turístico y de los destinos, junto a la inversión en su posicionamiento web, debe ser prioritario.

En tercer lugar, fomentar desde los ámbitos público y privado, la mejora permanente de la formación y capacitación del empleo en el sector turístico, tanto del empleo autónomo como el de los trabajadores por cuenta ajena. El incremento del capital humano de los trabajadores del sector permitirá un incremento de la calidad del servicio ofertado y, a su vez, incrementará las rentas de esos trabajadores, al incrementarse su productividad, ampliando el efecto multiplicativo de este sector en la economía española.

Cuarto, la pandemia ha favorecido la tendencia de los turistas hacia la demanda de segmentos turísticos sostenibles, tales como el turismo rural y de naturaleza. La potenciación de estos segmentos turísticos diversificará la oferta y reducirá la incidencia de uno de los principales problemas del sector, la estacionalidad. Como en los casos anteriores, la colaboración público-privada será esencial para el desarrollo de este segmento.

Quinto, desarrollo de una gestión eficiente de la inversión en infraestructuras de alto impacto en el sector turístico na-

cional que facilite la interconexión entre destinos orientados a diferentes segmentos de demanda turística. El acceso ágil a destinos donde se ofertan servicios a diferentes tipos de segmentos puede incrementar la estancia media de los turistas e incrementar el gasto turístico en destinos de calidad.

Y, finalmente, aunque otras medidas también podrían ser mencionadas, homogeneizar la regulación turística tan fragmentada en el ámbito autonómico, lo que favorece la existencia de restricciones regionales a la prestación de servicios turísticos y crea inseguridad en los consumidores.

Todas las medidas aquí propuestas, tanto a corto como a medio y largo plazo, obviamente tienen un coste que en parte debe ser sufragado a través de los presupuestos generales del estado. Sin embargo, la reducción de los ingresos públicos y el incremento de los gastos públicos provocados por la pandemia, que han generado un enorme aumento del déficit público, pueden perdurar en el tiempo debido a un entorno económico mundial en recesión, el aumento del desempleo, el cierre de negocios y la incertidumbre y desconfianza de los consumidores hasta que el descubrimiento de una vacuna nos haga disfrutar de cierta seguridad ante esta enfermedad. La tarea no es fácil, pero esperemos que el establecimiento de una política presupuestaria, por parte del gobierno de España y del resto de administraciones públicas, que priorice las medidas para la salida de la crisis económica, junto con una responsable y eficiente distribución y gestión de los más de 140.000 millones de euros que España recibirá con cargo

al nuevo fondo creado por la Unión Europea para superar la crisis provocada por el COVID-19, permita efectivamente superar esta crisis a la economía española, en general, y al sector turístico, en particular.

Bibliografía

- BONET, J. L., BALLETBÓ, A. (Coord.) (2020). *Informe de la Comisión Sectorial Segunda del Grupo Mixto de Trabajo Covid-19: Turismo, Comercio y Economía Circular*. Fedea Policy Papers - 2020/16.
- BULL, A. (1991). *The Economics of Travel and Tourism*. Logman Cheshire Pty Limited, Melbourne.
- CUADRADO-ROURA, J. R., LÓPEZ MORALES, J.M. (2015). *El Turismo, Motor del Crecimiento y de la Recuperación de la Economía Española*. Documento de Trabajo 04/2015, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, Universidad de Alcalá.
- GARCÍA-POZO, A., MARCHANTE-MERA, A., SÁNCHEZ-OLLERO, J. L. (2011). Occupational Differences in the Return on Human Capital in the Spanish Travel Agency and Hospitality Industries. *Tourism Economics* 17(6), 1325-1345. doi: 10.5367/te.2011.0085
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA [INE] (2020a). *Hostelería y Turismo*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863.
- (2020b). *Encuesta de Gasto Turístico. Egatur*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177002&menu=resultados&secc=1254736195572&idp=1254735576863#!tabs-1254736195572
- (2020c). *Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera. Frontur*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=resultados&idp=1254735576863#!tabs-1254736195568.
- (2020d). *Cuenta Satélite del Turismo de España. Serie contable 2016-2018. Revisión estadística 2019*. Recuperado de <https://www.ine.es/dyngs/inebase/es/index.htm?padre=6196&capsel=6199>.

- (2020e). *Contabilidad Nacional Anual de España: Principales Agregados*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177057&menu=resultados&idp=1254735576581.
 - (2020f). *Contabilidad Nacional Trimestral de España: Principales Agregados*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736164439&menu=ultiDatos&idp=1254735576581.
 - (2020g). *Encuesta de Población Activa*. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&idp=1254735976595&menu=resultados#!tabs-1254736195129.
- JAFAR, J. (2005). El Turismo como Disciplina Científica. *Política y Sociedad* 42(1), 39-56.
- LÓPEZ-BONILLA, J. M., GRANADOS-PEREA, C., LÓPEZ-BONILLA, L. M. (2017). Primera Generación de Autores con Difusión Internacional en la Investigación Turística Española. *Revista Española de Documentación Científica* 40(3), 1-18. doi: 10.3989/redc.2017.3.1399
- NACIONES UNIDAS (2010). *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008*. Naciones Unidas, Madrid/Nueva York.
- SEGURIDAD SOCIAL (2020). *Altas y bajas Rég. General por Actividad a dos Dígitos CNAE-2009 y CNAE-93*. Recuperado de <http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/EstadisticasPresupuestosEstudios/Estadisticas/EST8/EST11/2852>.
- UNWTO (2020). *Apoyo al Empleo y a la Economía a través de los Viajes y el Turismo*, Recuperado de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf.
- URIEL, E., MONFORT, V. M., FERRI, J. FERNÁNDEZ, J. (2001). *El Sector Turístico en España*. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. CAM, Valencia.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION [WTO] (1991). *Resolutions of the International Conference on Travel and Tourism Statistics, 24-28 June, Ottawa*.

- (1998). *Introducción al Turismo*. UNWTO, Madrid.
- (2020). *World Tourism Barometer*. Varios números. Recuperado de <https://www.unwto.org/>.
- WREN-LEWIS, S., KEOGH-BROWN, M., (2009). *The Possible Macroeconomic Impact on the UK of an Influenza Pandemic*, Economics Series Working Papers 431, University of Oxford, Department of Economics.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA