

## CRISIS DE 2008 Y EL SECTOR TURÍSTICO



### **AUTORES:**

Maria Castro Molina

Beatriz García-Torres Robles

Zhaorong Zhang

Daniel Blázquez Martínez

**CURSO:** 1ºA-GFICO 2016-2017

**PROFESOR:** Salvador Hernández Armenteros

## **ÍNDICE:**

### **1. INTRODUCCIÓN.**

### **2. EL TURISMO EN ESPAÑA.**

- 1. ¿Qué es el sector turístico?**
- 2. ¿Qué características tiene el turismo español?**
- 3. ¿Cuáles son los méritos turísticos de España?**

### **3. CRISIS DE 2008.**

- 1. ¿Qué es una crisis?**
- 2. ¿Por qué se produjo la crisis de 2008?**
- 3. Evolución de la crisis de 2008.**
- 4. Crisis de 2008 en España.**

### **4. CRISIS TURÍSTICA**

- 1. Crisis turística española: el impacto de la crisis económica de 2008 en el turismo español**

**I.Disminución de la demanda del turismo y la caída de los ingresos**

**II.Cambio de destino y duración de viajes (excursión) y el turismo interno**

**III.Desconfianza de las empresas del sector turístico y un clima pesimista**

**IV:Otras consecuencias**

- 2. Competitividad**
- 3. Brecha entre las distintas comunidades**
- 4. Soluciones de la crisis**
- 5. Situación actual**

### **5. CONCLUSIÓN**

### **6. BIBLIOGRAFÍA**

## **1. INTRODUCCIÓN**

Este Trabajo pretende analizar e interpretar cómo afectó al sector turístico español la crisis de 2008.

Nuestro trabajo está dividido en varias partes, todas ellas siguiendo el método deductivo, es decir, vamos a argumentar partiendo de lo general hacia lo particular.

Primero hablaremos del turismo, más tarde de la crisis y por último de la unión de ambas, el tema central de este trabajo.

Los datos de nuestro trabajo desde (2003 hasta 2012), este periodo de nueve años debería ser suficiente para analizar si el comportamiento previo al inicio de la crisis, fechada en torno a 2008, es similar o se ha visto afectado y en qué medida, durante los años posteriores.

El trabajo realizado y desarrollado en esta memoria se limitará a un estudio puramente observacional, en este no se incluyen predicciones o similares.

## **2.EL TURISMO EN ESPAÑA**

### **2.1. ¿ Qué es el sector turístico?**

El turismo es un conjunto de actividades económicas que permite y explota los viajes turísticos, <sup>1</sup>incluido los servicios de información (oficinas de turismo, publicidad, etc.), los de gestión turística (agencias de viaje, tour operadores, etc.) , los de manutención (alojamiento, alimentación, transporte, ocio, etc.) y los complementarios (seguridad, sanidad, etc.).<sup>2</sup>

### **2.2. ¿Qué características tiene el turismo español?**

En la actualidad, España es una de las mayores potencias turísticas en el mundo. Se caracteriza por:

- a. Una fuerte concentración en litoral mediterráneo: Los turistas llegados se concentran en Barcelona , Málaga, Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife e Islas Baleares (entre estas 6 provincias, hay dos que están localizadas en litoral mediterráneo y tres que son islas localizadas en el mar mediterráneo y el océano Atlántico). <sup>3</sup> Los datos publicados por IET e INE muestran que Cataluña tiene más de 20000 turistas por km de costa, seguida de la Comunidad Valenciana, con 10000 y Andalucía con casi 90000. <sup>4</sup> También se deben tener en cuenta los dos archipiélagos. Además, la distribución de la población activa española que se dedica al sector de servicios evidencia dicha característica. <sup>5</sup>Excepto en la capital Madrid, Málaga, Valencia, Barcelona y los dos archipiélagos tienen porcentaje de terciarización de población activa mayor que otras provincias. <sup>6</sup>
- b. Las nacionalidades de los viajeros están concentradas: son viajeros de origen europeo y de los países próximos: Conforme a los datos obtenidos de IE, INE, y OMT, la mayoría de los turistas son españoles, y sus destinos principales son Cataluña (25.8% sobre origen), Islas Baleares (17.3% sobre origen), Canarias (16.0% sobre origen) y Andalucía

---

<sup>1</sup> Geopress (2011), pág.2.

<sup>2</sup> Geopress (2011), pág.7.

<sup>3</sup> Geopress (2011), pág.6.

<sup>4</sup> Geopress (2011), pág.8.

<sup>5</sup> Geopress (2011), pág.36.

<sup>6</sup> Geopress (2011), pág.75.

(14.6%). Además, el turismo nacional tiene mayor importancia para el sector turístico de Islas Baleares (79.3%), Canarias (70.2%), y Cataluña (41.9%).<sup>7</sup>

- c. La estacionalidad causada por un modelo de "sol y playa" que provoca los problemas de rentabilidad debido a la infrautilización de la oferta y las infraestructuras turísticas<sup>8</sup>: Aunque también existe turismo de montaña (invernal y veraniego) en zonas rurales de España como Huesca y Lleida. Aún así en España predomina el turismo de sol y playa de verano.<sup>9</sup> Según el Balance del turismo en España de 2010, el turismo nacional es menos estacional que el extranjero. El turismo de invierno es muy escaso (menos de 8%), y el mayor es el turismo veraniego (mayor de 12%). Durante la Semana Santa, aparece un aumento temporal del turismo extranjero en España (10%). Mientras que entre junio y septiembre, se realiza el 43% de las pernoctaciones, enero es el peor mes.<sup>10</sup>

Según los datos de ITE, las principales ramas del turismo son servicios de alojamiento (15,2%), transporte de viajeros (13,0%), y servicios de comidas y bebidas (49,4%).

Para estudiar las características del turismo en España, también hay que tener en cuenta el caso histórico:

Hasta la IIGM, el turismo era minoritario, pero desde ese momento, se convirtió en turismo de masas. A lo largo del s.xx, los poderes públicos intervinieron en el sector turístico. Durante la mayor parte de la centuria pasada su intervención varió poco en lo fundamental. Durante los años ochenta, las políticas turísticas se caracterizaron por el centralismo, su objetivo prioritario se centró en el mayor crecimiento turístico, insistiendo demasiado en los mismos motivos de atracción (el sol y la playa), actuó fundamentalmente sobre la oferta debido a la escasez de recursos destinados al sector.<sup>11</sup>

Durante los últimos quince años del siglo, se introdujeron cambios significativos en materia de política turística: la descentralización a favor de la Comunidades Autónomas, y la sustitución del modelo tradicional de monocultivo por otro diversificado sin perder la especialización competitiva, potenciado la calidad, la competitividad y la sostenibilidad en nuestro sector turístico.<sup>12</sup>

---

<sup>7</sup> Geopress (2011), pág. 29.

<sup>8</sup> Geopress (2011), pág. 31.

<sup>9</sup> Geopress (2011), pág. 39.

<sup>10</sup> Geopress (2011), pág. 40.

<sup>11</sup> Auriolés Martín, Joaquín y Pellejero Martínez, Carmelo (2004), pág. 268.

<sup>12</sup> Auriolés Martín, Joaquín y Pellejero Martínez, Carmelo (2004), pág. 282.

Obviamente estas características son el atractivo que posee el turismo español. España ha conocido un gran desarrollo en el ámbito turístico, gracias a: su clima mediterráneo, cálido y con garantía de sol, su extensa zona litoral con playas de calidad, su rico patrimonio cultural, histórico y artístico, su oferta turística amplia, variada y de calidad, un nivel de precio inferior a los de los otros países europeos, el coste de traslado bajo en casos de viajes de corta duración, su exotismo, y sus estándares de calidad y seguridad similares a los del resto de los países del entorno europeo. Todas estas causas provocan que España sea un destino de gran atractivo para los viajeros.

### **2.3. ¿Cuáles son los méritos turísticos de España?**

Según los datos publicados por ITE, y OMT, observamos que en el año 2007, España era la segunda potencia turística en el mundo. Su ingreso turístico de ese año fue 57,6 miles de millones. Dentro de todos los ocupados, 2.1 millones de ocupados son del sector turístico (11.54% de todos los ocupados).<sup>13</sup> Además en el año 2006, 65% de población ocupada se ocupa el sector de los servicios. En el periodo 2007, el turismo supuso unos ingresos de más de 57,6 miles de millones de euros, aportando en torno al más de 69% del PIB, y tiende a crecer en periodo 2003-2008.<sup>14</sup>

El desarrollo turístico, por un lado, genera muchas ventajas en demografía (el decrecimiento del envejecimiento, la aparición de las zonas “anormalmente” envejecidas, el aumento de la densidad de población, y el aumento de la urbanización), los cambios en las actividades económicas (una elevada densidad en la construcción, una importancia “anormal” de las vías de comunicación, unos cambios en los hinterland cercanos, unos cambios en las zonas de residencia de los habitantes habituales caracterizados por el abandono del centro de la localidad y el traslado a las afueras, y un fuerte desarrollo del sector terciario vinculado al turismo).<sup>15</sup> Por otro lado, mientras que se genera los problemas del medio ambiente, por ejemplo la contaminación por residuos sólidos, y la contaminación de agua, también puede actuar como defensor del medio ambiente, ya que un turismo calidad ofrece como atractivo medio ambiente

---

<sup>13</sup> Geopress (2011), pág.25.

<sup>14</sup> Geopress (2011), pág.26.

<sup>15</sup> Geopress (2011), pág.80.

de calidad y paisajes de calidad: desde el año 1991 hasta 2005, el porcentaje de las aguas de baño marinas de muy buena calidad españolas ha aumentado más de 20%,<sup>16</sup>

### **3. CRISIS DEL 2008**

#### **3.1. ¿Qué es una crisis?**

Una crisis económica, hace referencia a un periodo de escasez en la producción, comercialización y consumo de productos y servicios. La economía es cíclica, es decir, combina etapas de expansión con fases de contracción. Estas fluctuaciones sucesivas se conocen como ciclo económico.<sup>17</sup>

Se le califica como “crisis” a todos los movimientos que afectan negativamente al mercado pero hay distintas denominaciones, siendo "recesión" el movimiento cíclico descendente, "contracción" la que cae por debajo del nivel mínimo del ciclo anterior y "depresión" un caso extremo por su duración o efectos. La crisis de 2008 comúnmente es nombrada como la “Gran Recesión” porque supuso una gran caída en los tipos de interés y una incertidumbre para la mayoría de los inversores, que cesaron parte de su actividad o se desprendieron prestamente de sus activos financieros provocando una acentuada caída en el valor de los mismos y que trajo grandes problemas para evitar el desaceleramiento económico y volver a entrar en un ciclo de crecimiento.

#### **3.2. ¿Por qué se produjo la crisis de 2008?**

La “Gran Recesión” se originó en los mercados estadounidenses y en la banca, por lo tanto se trata de una crisis financiera. La caída del mercado comenzó con una crisis de liquidez en la banca estadounidense, esto significó que el dinero “sobre el papel”, es decir, deudas, cobros y demás operaciones, no correspondía con el dinero que realmente había en circulación y en efectivo así que esos cobros no se podían liquidar. Esta crisis de liquidez ocasionó distintos sucesos que llevaron a la Gran Recesión de 2008. La crisis de liquidez de septiembre de 2008 se convirtió en una prominente crisis en los Estados Unidos y en todo el mundo, el 15 de septiembre de 2008 debido a la decisión de Lehman Brothers Holdings Inc. de declararse en

---

<sup>16</sup> Geopress,(2011) ,pág.63.

<sup>17</sup> Fuente: <http://definicion.de/crisis-economica/>

quiebra, la adquisición de Merrill Lynch por el Bank of America, y la preocupación por la American International Group (AIG) que necesito que la empresa fuera "rescatada" por la Reserva Federal el 16 de septiembre. En conjunto, estos acontecimientos fueron vistos como reflejo del deterioro de los sistemas financieros de EEUU (aparentemente debido a la prevalencia del crédito subprime, lo que llevó a la Crisis de las hipotecas subprime). Esto necesitó grandes inyecciones de dinero en efectivo por los bancos centrales de todo el mundo a los sistemas financieros privados. En el primer día, el Dow Jones Industrial Average perdió 504 puntos (4,4%) de su valor, mientras que el S & P 500 cayó 59 puntos (4,7%)<sup>18</sup>. Asia y los mercados europeos de préstamos fueron igualmente fuertemente golpeados. Reguladores del Reino Unido anunció una prohibición temporal de la "venta corta" de títulos financieros el 18 de septiembre y fueron seguidos por los Estados Unidos el 19 de septiembre. Esta situación provocó un colapso económico internacional y de todos los países desarrollados a nivel mundial, aunque en España se vio agravada por diversos condicionantes económicos, algunos provocados por el estallido de la burbuja inmobiliaria que se dio en España entre 1998 y 2008: bajada de precios de la vivienda, subida de precios en los productos básicos (especialmente los alimentos y el petróleo), disminución del consumo, pérdida de empleos, dificultad de los exportadores para obtener créditos y aumento de la inflación<sup>19</sup>.

Las múltiples crisis simultáneas que afectaron al sistema financiero de Estados Unidos a mediados de septiembre, causaron fuertes pérdidas en los mercados de todo el mundo, provocando el pánico entre los inversores y ahorradores, al verse afectado el sistema bancario.

Dicha crisis ha sido reconocida como la “crisis de los países desarrollados”, ya que los países “ricos” fueron los realmente afectados por esta crisis, dado a que afectó al sistema financiero y no a la producción de materias primas en la que se basan las economías en vías de desarrollo<sup>20</sup>.

### **3.3. Evolución de la crisis de 2008**

La crisis inmobiliaria genera una crisis en la construcción y la disminución de las previsiones de crecimiento. La disminución de la construcción da lugar al crecimiento del

---

<sup>18</sup> Fuente:[https://es.wikipedia.org/wiki/Crisis\\_de\\_liquidez\\_de\\_septiembre\\_de\\_2008](https://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_de_liquidez_de_septiembre_de_2008)

<sup>19</sup> Ocón Galilea, Francisco José (2013), pág.5.

<sup>20</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.5.



número de parados. Esto provoca una bajada del poder adquisitivo de la población. Por todo esto, el mercado entra en una recesión que está acompañado con la reducción del gasto de la gente debido a la disminución del poder adquisitivo y el endeudamiento del consumo. La elevación de morosidad, la paralización de los préstamos y la falta de liquidez y de financiación de las empresas agravan la crisis.

En el mercado económico internacional, muchos bancos y entidades financieras han perdido dinero en operaciones especulativas, y por esto el precio de petróleo aumenta.

Se producen el aumento de los robos de comida en supermercados y la falta de confianza en el consumidor provoca un descenso del consumo<sup>21</sup>.

### **3.4. Crisis de 2008 en España**

En el caso español además de la crisis a nivel mundial se da también una burbuja inmobiliaria, junto a una crisis bancaria. Dicha crisis no se reconoció hasta julio de 2008, aunque desde el primer semestre se presenciaron algunos acontecimientos que evidenciaban la existencia de una crisis económica.<sup>22</sup>

Desde el primer semestre de 2008 se comenzaron a tomar medida debido a la inflación que se produjo.

Las consecuencias más visibles fueron:

- El desempleo
- Aumento de las desigualdades sociales
- Deterioro de las finanzas públicas<sup>23</sup>

## **4. LA CRISIS TURÍSTICA**

Como hemos explicado en los apartados anteriores, la crisis económica siempre provoca una gran recesión en distintos sectores económicos. Cada sector económico influye mutuamente, por lo tanto, puede decir que la crisis turística se produce no sólo por la crisis económica sino también por la crisis de los sectores económicos influenciado por dicha crisis, y también se

---

<sup>21</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.10.

<sup>22</sup> Ocón Galilea, Francisco José (2013), pág.3.

<sup>23</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.9.

agrava por las crisis de los sectores. Los impactos generales de la crisis económica en el sector turístico son las siguientes:

- 1) Disminución de las demandas del turismo y del consumo de los viajeros<sup>24</sup>;
- 2) Caída de los ingresos<sup>25</sup>;
- 3) Recorte de los gastos por el cambio de las ideas del consumo de los españoles;
- 4) Cambio de destino y duración de los viajes, y aumento de los hogares excursionistas y el predominio de las escapadas de fin de semana<sup>26</sup>;
- 5) Desconfianza de las empresas del sector;
- 6) Éxito del turismo interior.

Todo esto analizaremos en los apartados posteriores.

#### **4.1 Crisis turística española: el impacto de la crisis económica de 2008 en el turismo español**

El sector turístico es uno de los sectores más afectados por la crisis, y cada vez se ve más. Sin embargo, la disminución del turismo no sólo se debe a la crisis sino también a la competencia agravada por la existencia de otros destinos más atractivos y baratos.

La crisis económica del 2008 influye negativamente en la industria turística española y cada subsector se ha visto afectado en distinto grado de gravedad, se puede explicar con los distintos indicadores:

##### **4.1.1 Disminución de la demanda del turismo y la caída de los ingresos**

Por el varapalo de la crisis, el PIB real se experimenta un gran descenso entre 2008 y 2009, más tarde se da una lenta recuperación en los años siguientes, hasta el año 2013, no vuelve al nivel de los años previos a 2008 (descenso de un 6,71%). Basado en la evolución del PIB per cápita español entre 2007 y 2013 (-7,37%), se observa que España reaccionó mal frente a la crisis<sup>27</sup>. Todo esto ha provocado la disminución de la demanda del turismo. Dicha refracción

---

<sup>24</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.19.

<sup>25</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.20.

<sup>26</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.21.

<sup>27</sup> Arias García, Sonia María (2015), pág.17.

también ocurre en nuestros países emisores como Alemania con un descenso de 3,19%<sup>28</sup>. Esto ha afectado bastante a la demanda del turismo.

Por otro lado, la fortaleza del euro o la debilidad del dólar respecto al euro está afectando también a la llegada de turistas de países como Reino Unido, España ha sufrido una bajada del número de los turistas extranjeros<sup>29</sup>. Por ello, la demanda extranjera cae de forma intensa tanto en volumen como en su gasto. Según Exceltur, el número de los turistas, los gastos con tarjetas de créditos y los ingresos presentan una tasa de variación negativa, aunque la caída ha frenado en julio, agosto y septiembre del año 2009 (turismo veraniego destacado el de sol y playa), los indicadores oficiales se sitúan en torno al -10%<sup>30</sup>. El mayor descenso de visitantes de extranjeros se encuentra en las zonas de playa.

Además, la bajada de la renta y de la cifra de paro ha cambiado los hábitos y comportamiento del turista. Mucha gente opta por ahorrar debido a la inestabilidad del empleo y de la vida. Se realizan menos compras y con menor frecuencia. También ha cambiado su estilo de vida y sus preferencias (éxito de low-cost)<sup>31</sup>. Por ello, es difícil de sostener la cifra alta del crecimiento del turismo internacional entre 2003 y 2007 (6%), y hay una menor demanda de viajes actualmente. Bajo en la influencia de la recesión económica, mientras que el IPCA general tiende a crecer continuamente por la inflación monetaria, dicha tendencia se rompe entre 2008 y 2009, se encuentra un crecimiento negativo. Antes del año 2008, España presenta con una mayor tasa de variación interanual, por lo que el incremento producido en los precios. A partir del inicio de la crisis, el porcentaje medio de crecimiento interanual descendió a un 0,4 %. No obstante, antes del año 2008 se sitúa en torno al 2,4%<sup>32</sup>. Por lo tanto, puede decirse que el poder adquisitivo de los consumidores españoles ha caído.

Los españoles también viajan menos, recortan gastos, cuyos comportamientos han empeorado por el resultado de la crisis hipotecaria, ya que han optado por prescindir total o parcialmente de sus vacaciones. El gasto medio diario realizado un viajero nacional ha descendido un 12,97%, mientras que el emisor presenta una situación más inestable. El golpe

---

<sup>28</sup> Arias García, Sonia María (2015), pág.18.

<sup>29</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.20.

<sup>30</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.80.

<sup>31</sup> Guadalupe Gómez y Patiño, María, Medina, F. Xavier, Puyuelo, José María (2015), pág.67.

<sup>32</sup> Arias García, Sonia María (2015), pág.22.

también puede encontrarse en la evolución del gasto medio o total por el viajero según destino o duración, la que detallaremos en el siguiente apartado.

Según Exceltur, durante el año 2009, los ingresos por actividades turísticas han caído un 6% aproximadamente. Los sectores más afectados son las agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, hoteles urbanos y compañías aéreas<sup>33</sup>.

Además, según INE, la facturación del sector turístico en España alcanzó los 113930 millones de euros en 2008, con un descenso de 2,9% que en el año anterior.

#### **4.1.2 Cambio de destino y duración de viajes (excursión) y el turismo interno**

Como hemos explicado las causas en el apartado anterior, aquí aprovecharemos los datos de Exceltur para detallar:

1. Predominio de excursión y gampling (turismo verde): La excursión es una escapada caracterizada por una duración corta y un destino cercano. Durante el período comprendido entre 2000 y 2007, los hogares excursionistas muestran una inestabilidad, y presentan los mayores porcentajes de descenso de un 18,1% en 2004 y un aumento de 19,7% en 2005. Con los datos de FAMILITUR, se observa que la recuperación ocurre en los años 2007, 2009 y 2010, y en los dos últimos años analizados los valores descienden ligeramente. A pesar de ello, en 2012, ha vuelto a aumentar mientras que los viajeros sigan descendiendo, totalmente, han aumentado un 8,02%<sup>34</sup>. Gampling o campings con glamour como una nueva práctica turística que se ofrece en lugares de naturaleza de gran belleza, este ha sido beneficiado por la crisis<sup>35</sup>. El destino de estas actividades es la naturaleza, se considera como un turismo rural. Según la encuesta de Exceltur, el 83% de las personas que se deciden por hacer dicho turismo son españoles.<sup>36</sup>

2.Reducción de la demanda española a destino internacional: Los viajes al extranjero y sus gastos asociados han descendido, con una tasa de variación negativa (Julio-Septiembre de 2009a Julio-Septiembre de 2008: -18,8% de BSP y -11,1% de pagos por turismo en el exterior).

3.Mantenimiento de la demanda española a destino interno: Debido al aumento de la necesidad del turismo barato con destino cercano, el turismo interior no se han impactado fuertemente. Según Josefa Cortázara, Extremadura es una de las comunidades que más partido

---

<sup>33</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.20.

<sup>34</sup> Arias García, Sonia María (2015), pág.57.

<sup>35</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.22.

<sup>36</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.89.

puede sacar de todo esto, ya que es un destino próximo a Madrid y el mayor foco de turismo rural que existe en España. Por otro lado, Luis Morán, afirma que estamos acostumbrados a asociar el turismo rural con turismo barato, y afirma que estamos equivocados, ya que las casas rurales que ofrecen servicio de calidad no son baratas.<sup>37</sup>

4. Evolución de los viajes de corta duración y de trabajo: Los viajes de fin de semana con destino interno sólo se reducen durante 2008 y 2012, Los viajes internos de trabajo aumentan entre 2005 y 2008, pero se reducen de manera importante desde 2009. Los viajes de trabajo presentan un claro descenso superior al 25%. Según los datos de FAMILITUR, la mitad del gasto medio diario (52,4%) se genera en viajes de corta duración<sup>38</sup>,

#### **4.1.3 Desconfianza de las empresas del sector turístico y un clima pesimista**

Muchas empresas del sector han perdido confianza a la hora de invertir debido a la duda acerca de cuándo obtendrán la rentabilidad de su proyecto. Al mismo tiempo, el comportamiento de los bancos dificultan a las empresas la obtención de créditos bancarios<sup>39</sup>. Un pesimismo se extiende: según el informe del año 2013 de la World Travel Market de Londres, la recuperación del turismo en las grandes ciudades españolas no se logrará hasta 2013, y se afirma que la crisis ha contribuido a que la confianza y la demanda siguiesen en curva descendente<sup>40</sup>. Según el informe que Exceltur publicó en 2009, 88,3% de los empresarios estimaron que sus beneficios disminuirán<sup>41</sup>. Sin embargo, conforme la noticia del enero de 2017, que trata de que los empresarios estiman que el negocio del turismo crecerá un 3,2%, dicha situación ha mejorado<sup>42</sup>. Según Exceltur, crecerá un 5,7%.

El pesimismo también han impactado los turistas. Su sensación de pérdida de control, tensión, miedo y estrés les hacen a realizar compra a muy corto plazo.

---

<sup>37</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.42.

<sup>38</sup> Arias García, Sonia María (2015), pág.78.

<sup>39</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.21.

<sup>40</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.22.

<sup>41</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.77.

<sup>42</sup> Gutiérrez, Hugo (2017).

#### 4.1.4 Otras consecuencias

1. Sector sin crisis: El sector que no está en crisis es el turismo de congresos y reuniones. Se basa en un gran gasto que realizado por cada uno de los participantes: gasto medio diario en 2008 fue de 209,84 euros<sup>43</sup>.

2. Promoción “todo incluido”: Debido a que se ofrece algo beneficioso para los viajeros con el presupuesto económico estudiado, la promoción todo incluido y los alojamientos más baratos en los que se pueda cocinar han conseguido mucho éxito.

3. Optimismo y resultado positivo aparecidos a finales de 2013:

- Moncef Ben Dhahbi (2010): Creo que a partir de la próxima primavera vamos a notar una recuperación en términos generales. El turismo tardará un año más. La primera lección es que todos los factores tienen que tener una productividad bastante alta para poder hacer frente a estas situaciones y que el desarrollo tiene que ser bien medido, bien moderado, sin endeudarse demasiado.
- Antonio Nieto: Indudablemente va a producirse una recuperación en los mercados emisores internacionales más rápida que el mercado nacional. ¿Lecciones? Hay que ser profesionales siempre, en momentos de crecimiento y en momentos de crisis. Es decir, hacer los deberes antes de las crisis y durante ellas. Ahora toca ser más eficientes, reducir costes y ser mucho más efectivos en la comercialización.
- Enric Noguer: Cada uno saldrá de la crisis en su momento. El que mejor haya hecho los deberes y mejor se adapte a los cambios será el primero. El crecimiento no es ilimitado, hay que volver en algunos aspectos, sobre todo los financieros, a las viejas usanzas, el dinero cuesta dinero, y los proyectos hay que hacerlos de manera seria.<sup>44</sup>

4. Clases sociales y zonas más influenciadas: Según Monti, Casado, Ruiz y Rodríguez, Eugenio y Suciú, la crisis ha impactado con más fuerza en las clases bajas y en las zonas rurales

<sup>45</sup>.

---

<sup>43</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.22.

<sup>44</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.40.

<sup>45</sup> Guadalupe Gómez y Patiño, María, Medina, F. Xavier, Puyuelo, José María (2015), pág.65.

## 4.2 Competitividad

A pesar de que la crisis económica del 2008 se considera como la principal causa de la crisis turística, no puede ignorar la amenaza de los competidores. Los destinos con monedas más débiles y precios más baratos se están convirtiendo en importantes rivales para España, por ejemplo, Egipto. El principal turismo que nuestro país ofrece es el de sol y playa, lo cual que no sólo se ofrece por España, sino también por otros países del suroeste Europa: Francia, Grecia, Italia, etc. Entre ellos, Grecia tiene una superioridad de su precio bajo, e Italia, de una gran riqueza histórica y artística<sup>46</sup>.

## 4.3 Brecha entre las distintas comunidades

Es un tema histórico que se agrava por la crisis económica. Cada CCAA se ha comportado de forma diferente frente a dicha crisis. Las comunidades que han sufrido menos son las CCAA del cantábrico, Cataluña, La Rioja y Navarra, mientras que Madrid es la comunidad con un balance empresarial más desfavorable en el año 2009. Baleares y Canarias junto con Andalucía han sufrido igualmente con mayor intensidad los efectos de la caída de la demanda extranjera<sup>47</sup>.

## 4.4 Soluciones de la crisis

Frente a los problemas explicados, se encuentran varias ideas y las medidas de nuestro gobierno que sirven para impulsar al turismo o resolver la crisis turística: a. las ideas son:

- Taleb Rifai: los gobiernos deberían unir los aspectos económico y ecológico en sus estrategias para impulsar al turismo<sup>48</sup>.
- Francisco José Ocón Galilea: La devaluación monetaria es una solución más eficaz contra la crisis, no obstante, pertenecemos a unión monetaria que no nos permite la operación monetaria que queramos<sup>49</sup>.
- Suciú, Monti, y Ruiz Rodríguez: la crisis puede ser una oportunidad para los aspectos de reestructurar la industria del turismo y aumentar su competitividad, de utilizar la segmentación y la creación de pequeños negocios rurales con

---

<sup>46</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.82.

<sup>47</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.89.

<sup>48</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.30.

<sup>49</sup> Ocón Galilea, Francisco José (2013), pág.38.

beneficios adicionales, de llevar a cabo sinergias y nuevos negocios turísticos, para generar un producto turístico único, auténtico y experiencial, llevar a cabo mejoras en la gestión, y en el marketing, aumentar la profesionalidad de las empresas, de acelerar y mejorar los procesos e iniciativas latentes, y superar las limitaciones de desarrollo<sup>50</sup>.

- OMT: lo mejor es que la comunidad internacional cree políticas para apoyar a esta industria<sup>51</sup>.
- Marta Soriano Villar: Las soluciones serían:
  1. Todas personas deben poner su grano de arena; b.
  2. Se deben identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas con agilidad
  3. Mejorar los precios vía Internet;
  4. Ofrecer todo tipo de servicios en la web;
  5. Mantener el contacto con los clientes;
  6. Crear propuestas de calidad teniendo en cuenta que las escapadas cortas
  7. El turista elige un destino, no un alojamiento<sup>52</sup>;

Las medidas del Gobierno son las siguientes:

1. El principal objetivo que hay que conseguir es la calidad, adaptando a las demandas del cliente, y ofreciendo experiencias específicas y huyendo de imágenes genéricas.
2. Generar una mayor demanda mediante mejora de las infraestructuras (el Plan de Renovación y Modernización de las Infraestructuras).
3. Implementar desde Administraciones Públicas determinados aspectos que favorecen la imagen y la consolidación de los destinos.
4. Ayudar a garantizar la seguridad y los derechos de los turistas contra las malas prácticas.
5. Llamar la atención sobre la necesidad de una mayor coordinación externa e interna en relación con la Administración.

---

<sup>50</sup> Guadalupe Gómez y Patiño, María, Medina, F. Xavier, Puyuelo, José María (2015), pág.63.

<sup>51</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.29.

<sup>52</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.50.



6. Es necesaria la integración coordinada de los distintos productos turísticos en los destinos (Paradores Nacionales y promoción “ todo incluido”).
7. La Administración debería propiciar medidas fiscales y legislativas para estimular la economía en general, intermediar para facilitar el crédito y la financiación, promover nuevas estrategias de márketing online y favorecer la comunicación.
8. La planificación del turismo sostenible debe ser dinámica para adaptarse a la crisis.
9. Se consideran la diversificación y la especialización en determinados segmentos del mercado como elementos fundamentales.<sup>53</sup>
10. Secretaría de Estado de Turismo está impulsando y traduciendo en políticas en Plan de Turismo Español Horizonte 2020.
11. Adaptar la demanda turística del sol y playa a las nuevas tendencias y potenciar la imagen de marca del turismo español a través de las distintas líneas promocionales, de las campañas de producto y la creación de la versión 2.0 del portal del turismo de España.
12. Ofrecer ayudas a las promociones turísticas<sup>54</sup>.

#### **4.5 Situación actual**

En el informe de Exceltur publicado en el enero de 2017, se observa que el PIB turístico ha acelerado su crecimiento hasta el 4,9% en 2016, que permite que la participación del turismo en la economía española ascienda al 11,2% del PIB. El turismo generó 80.688 nuevos empleos en 2016, a un ritmo mayor que lo de los otros sectores españoles, de un 5,7%. El 71,6% de las empresas turísticas españolas mejoraron sus resultados en 2016 y un 84,9% sus ventas<sup>55</sup>.

En su informe, se presentan 12 claves resultados buenos de 2016: 1. el extraordinario aumento sobrevenido de demanda extranjera hacia España, el principal impulsor de la actividad turística en 2016 (llegada de turistas extranjeros: 10,1%; ingreso: 6,8%)<sup>56</sup>; 2. el desplome de turistas en los países competidores, especialmente en Turquía y en Egipto (0,7 millones menos

---

<sup>53</sup> Guadalupe Gómez y Patiño, María , Medina, F. Xavier, Puyuelo, José María (2015), pág.70.

<sup>54</sup> Soriano Vilar, Marta (2010), pág.49.

<sup>55</sup> Exceltur (2017), pág.3.

<sup>56</sup> Exceltur (2017), pág.4.

en Turquía y 4,2 millones a Egipto)<sup>57</sup>; 3. la intensificación de la inversión en renovación y reposicionamiento de su oferta en ciertos destinos hecha por los empresarios ha mejorado el clima pesimista ( 92,9% de las empresas tienen confianza frente a la crisis)<sup>58</sup>; 4. la favorable evolución de las tres magnitudes: bajos precios del petróleo, tipos de interés negativos y el euro en niveles mínimos frente al dólar<sup>59</sup>; 5. nulo efecto del Brexit sobre las llegadas de británicos a España<sup>60</sup>; 6. todos los mercados exteriores han registrado un inusual crecimiento de sus viajes y gasto turístico a España, partiendo de los altos niveles del año 2016 (mercado nórdico con un porcentaje de 12,0% en términos de pernoctaciones hoteleras; los países bajo, de 14,0%; Portugal, de 9,3%; mercados de menor tamaño como Irlanda, de 14,9% y Luxemburgo, de 11,7%; Alemania y Francia con crecimientos notables, uno de 6% y otro de 6,4%)<sup>61</sup>; 7. desciende un año más el ingreso por turista extranjero que revierte a España, por la caída de la estancia, si bien se produce un tímido aumento del 1% de su gasto diario en destino a partir de los datos oficiales del Banco de España<sup>62</sup>; 8. Mantenimiento de la senda estable de recuperación en consonancia con el crecimiento del consumo de las familias a ritmos menor que en 2015 del mercado español (factores de desacelerar el crecimiento de los viajes y el gasto turístico de los españoles dentro de nuestro país: la combinación de un difícil acceso a cupos de camas por los operadores españoles y una mayor propensión a viajar al extranjero)<sup>63</sup>; 9. Subida de la actividad de los viajes de negocios en España, en un mercado caracterizado por la búsqueda de una mayor eficiencia en reducir costes operativos (aumento del gasto: 14,6% es de los españoles y 21,2% de los extranjeros, y las pernoctaciones, mientras se reduce el número de viajes: -0,7% los españoles y -1,6%% los extranjeros)<sup>64</sup>; 10, el 92,1% de los hoteles españoles y el 93,8% de las actividades de ocio mejoran sus resultados y sus ventas<sup>65</sup>; 11. mientras que todas las CCAA mejoran sus resultados, entre ellos, destacando Andalucía, Baleares, Canarias y la Comunidad Valenciana en zonas de sol y playa, Galicia, Cantabria y Asturias en la España Verde

---

<sup>57</sup> Exceltur (2017), pág.5.

<sup>58</sup> Exceltur (2017), pág.7.

<sup>59</sup> Exceltur (2017), pág.6.

<sup>60</sup> Exceltur (2017), pág.8.

<sup>61</sup> Exceltur (2017), pág.9.

<sup>62</sup> Exceltur (2017), pág.10.

<sup>63</sup> Exceltur (2017), pág.11.

<sup>64</sup> Exceltur (2017), pág.12.

<sup>65</sup> Exceltur (2017), pág.13.

y Madrid Extremadura y Castilla la Mancha en las zonas de interior<sup>66</sup>; 12. confirmación los negativos efectos del crecimiento descontrolado e irregular del alquiler turístico de viviendas (subida de un 1,6% en la oferta reglada, y de un 74,8% en la oferta de las viviendas en plataformas P2P)<sup>67</sup>.

Por estos resultados, Exceltur presentan una expectativa optimista para el año 2017, que son: a. la actividad turística seguirá creciendo en 2017 pero a menor ritmo;b. los empresarios anticipan de forma generalizada volver a mejorar resultados, ventas y empleo en 2017, pero a ritmos más moderados<sup>68</sup>.

## 5. CONCLUSIÓN

De todo lo expuesto anteriormente extraemos las siguientes conclusiones:

1. El turismo tiene gran importancia en España. Se caracteriza por su modelo principal sol y playa, la concentración geográfica, la estacionalidad y las nacionalidades de los viajeros concentradas.
2. La crisis de 2008 y la amenaza de los competidores provocan una crisis turística.
3. La crisis turística provoca unos graves problemas socioeconómicos: disminución del ingreso, un clima pesimista, cambio de hábitos de consumidores, reduciendo volúmenes, cambiando marcas y lugares de compras, y sustituyendo gastos por ahorro ante un futuro imprevisible. etc.
4. También provoca unos cambios estructurales del turismo: predominio del turismo interior, del turismo rural o verde, de las excursiones internas, etc.
5. Los momentos de la crisis pueden ser una oportunidad para poner en práctica el cambio de tendencias necesario para una reorientación más efectiva del sector.
6. El gobierno pretende mantener el turismo sol y playa, mientras que se generan nuevos productos y mejoran el turismo verde.
7. Hay economistas o investigadores quienes mantienen ideas optimistas frente al clima pesimista.

---

<sup>66</sup> Exceltur (2017), pág.14.

<sup>67</sup> Exceltur (2017), pág.15.

<sup>68</sup> Exceltur (2017), pág.21.

Basados en las conclusiones anteriores, bajo nuestro punto de vista, la salida de la unión monetaria que se opina Francisco José Ocón Galilea, no es necesaria.

Para las empresas turísticas, o más importante es intentar a adaptar a las nuevas necesidades de los viajeros y tendencias del turismo, por ejemplo, ofrecer promociones baratas de escapada rural o de fin de semana, ofrecer oferta de viaje con los servicios derivados (vuelo-coche-hotel-billete a los parques y las atracciones), mantener contacto con los clientes para escuchar sus necesidades, intentar a mejorar la calidad de sus productos sin aumentar el precio, etc.

Por otro lado, las empresas necesitan las ayudas del sector público para facilitar sus cambios y financiarlas y liquidarlas. El gobierno debería aumentar su inversión al turismo y garantizar su estabilidad. Además, el gobierno tiene que mantener el espíritu de las reformas estructurales, y ayudar a las empresas para que puedan conseguir sus adaptaciones de las nuevas tendencias. También puede planificar las medidas o políticas basadas en los consejos de las empresas turísticas, para conseguir esto, hay que crear unos canales para escuchar la voz de los representantes de las empresas.

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

- Arias García, Sonia María (2015), La crisis económica y su influencia en el turismo, Valladolid, pp. 12-73, y 95-97.
- Aurioles Martín, Joaquín y Pellejero Martínez, Carmelo (2004), Las nuevas formas del turismo, pp. 268-284.
- Exceltur (2017), Valoración turística empresarial de 2016 y perspectiva para 2017, Madrid, Alianza para la excelencia turística, pp. 3-23.
- Geopress (2011), El turismo en España, pp.2-72.
- Gómez y Patiño, María Guadalupe, Medina, F. Xavier, Puyuelo, José María (2015), Efectos de la crisis y propuestas para su recuperación en el sector turístico español, volumen IV, nº2, pp.62-72.
- Gutiérrez, Hugo (2017), Las empresas turísticas prevén un buen 2017, aunque por debajo del último año, Madrid.

- KPMG (2016), Perspectivas España 2016, XII Ed, pp.2-49.
- Ocón Galilea, Francisco José (2013), La crisis económica española a partir del 2007, La Rioja, pp.2-22, y 37-39.
- Soriano Vilar, Marta (2010), Impactos de la crisis económica en España sobre el sector hotelero, Valencia, pp.5-53, y 72-89.
- <http://definicion.de/crisis-economica>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Crisis\\_de\\_liquidez\\_de\\_septiembre\\_de\\_2008](https://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_de_liquidez_de_septiembre_de_2008)