



**Dpto. de Análisis Económico y Economía Política**

**RELACIÓN ENTRE EL TURISMO Y EL  
CRECIMIENTO ECONÓMICO EN  
ESPAÑA.**

**La Economía del Flamenco**

---

**Tesis Doctoral**

**2014**

**Autor: D. José Antonio Molina Toucedo**

**Directoras: Prof. Dra. D<sup>a</sup>. María Pablo-Romero Gil-Delgado**

**Prof. Dra. D<sup>a</sup>. Palma Gómez-Calero Valdés**

**Prof. Dra. D<sup>a</sup>. Mercedes Castro Nuño**

“La verdadera sabiduría está en reconocer la propia ignorancia”

*Aristóteles*

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis doctoral a los “codotorandos” de la misma, que han sido muchos y variados. En primer lugar y más especialmente, a los de la familia directa: Loli, Esperanza e Iago, que han sufrido los mayores “costes de oportunidad” de la misma. A continuación a los de la familia amplia: mi madre y mi hermano. Por último, a los amigos cercanos que me han acompañado y apoyado en esta aventura.

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer en primer lugar al Dr. D. Camilo Lebón el que contara conmigo, hace ya algunos años, para iniciarme en el apasionante mundo de la docencia universitaria.

A continuación a mi directora principal de tesis, la Dra. D<sup>a</sup> María de Pablo-Romero, auténtica artífice y causante de este trabajo. Guía generosa y paciente que ha sabido conducirme hacia la luz de la investigación.

A mis otras directoras, la Dra. D<sup>a</sup> Palma Gómez-Calero y la Dra. D<sup>a</sup> Mercedes Castro, les agradezco sus valiosas enseñanzas y su continuado aliento, impulso y motivación.

Por último a mis compañeros de departamento por su comprensión y ayuda.  
Especialmente al Dr. D. Antonio Sánchez y a la Dra. D<sup>a</sup>. Rocío Román, que han sido los  
más cercanos.

**ÍNDICE**

**CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.....	12
1.2. OBJETIVOS.....	15
1.3. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA DEL TRABAJO.....	17
1.4. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	20

**CAPÍTULO II. TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA**

2.1. INTRODUCCIÓN.....	25
2.2. INTRODUCCIÓN HISTÓRICA A LA HIPÓTESIS DEL TURISMO IMPULSA EL CRECIMIENTO ( <i>TLG</i> ).....	28
2.3. ESTUDIOS QUE EMPLEAN SERIES TEMPORALES.....	32
2.4. ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL.....	48
2.5. ANÁLISIS DE CORTE TRANSVERSAL.....	58
2.6. DISCUSIÓN.....	61
2.7. CONCLUSIONES.....	71

## ÍNDICE

REFERENCIAS CAPÍTULO II.....	74
ANEXO CAPÍTULO II.....	92
 <b>CAPÍTULO III. LA RELACIÓN ENTRE TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO MEDIANTE DATOS DE PANEL: UNA SISTEMATIZACIÓN DE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA BASADA EN EL METAANÁLISIS</b>	
3.1. INTRODUCCIÓN: ASPECTOS METODOLÓGICOS. ....	102
3.1.1. Justificación del metaanálisis frente a las tradicionales revisiones narrativas de bibliografía.....	105
3.1.2. Etapas de un metaanálisis y requisitos prácticos: desde la búsqueda bibliográfica hasta la obtención e interpretación de una estimación global.....	110
3.1.3. Modelos estadísticos para combinar los resultados individuales y análisis de heterogeneidad entre estudios.....	115
3.1.4. Limitaciones y críticas al metaanálisis: sesgos de publicación.....	120
3.1.5. El metaanálisis en Ciencias Sociales.....	122
3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	126
3.3. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS.....	141
3.4. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	146
3.5. ANÁLISIS DE SESGOS DE PUBLICACIÓN.....	153

## ÍNDICE

3.6. CONCLUSIONES.....	162
REFERENCIAS CAPÍTULO III.....	165
 <b>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS DATOS DE TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA DE 2001 A 2010</b>	
4.1. INTRODUCCIÓN.....	188
4.2. ANÁLISIS DEL TURISMO INTERNACIONAL RECIBIDO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2001 A 2010.....	205
4.3. ANÁLISIS DEL GASTO REALIZADO POR EL TURISMO INTERNACIONAL RECIBIDO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2003 A 2010.....	221
4.4. ANÁLISIS DE LAS PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS REALIZADAS POR LOS TURISTAS INTERNACIONALES RECIBIDOS EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2001 A 2010.....	237
4.5. CONCLUSIONES.....	247
REFERENCIAS CAPÍTULO IV.....	251

**CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO  
NACIONAL Y EXTRANJERO A LA PRODUCCIÓN EN LAS PROVINCIAS Y  
REGIONES ESPAÑOLAS (1999-2008)**

5.1. INTRODUCCIÓN.....	258
5.2. METODOLOGÍA	
5.2.1. Función de producción.....	261
5.2.2. Contribución del turismo a la explicación de las diferencias de productividad entre provincias.....	264
5.2.3. Contribución del turismo al crecimiento de la productividad provincial.....	266
5.2.4. Análisis dinámico.....	267
5.3. DATOS	
5.3. 1. Datos sobre el turismo.....	269
5.3.2. Otros datos.....	272
5.4. RESULTADOS	
5.4.1. Función de producción: Estimación.....	274
5.4.2. Contribución del turismo a la explicación de las diferencias de productividad de las provincias respecto al promedio nacional.....	278

## ÍNDICE

5.4.3. Contribución del turismo al crecimiento de la productividad provincial.....	285
5.4.4. Estimación dinámica.....	286
5.5. CONCLUSIONES.....	288
REFERENCIAS CAPÍTULO V.....	291

## **CAPÍTULO VI. LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO**

6.1. INTRODUCCIÓN.....	301
6.2. DEFINICIÓN, ORÍGENES Y GEOGRAFÍA DEL FLAMENCO.....	305
6.3. LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA Y EN ESPAÑA.....	316
6.4. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL FLAMENCO.....	332
6.4.1. Introducción.....	332
6.4.2. La industria del Flamenco.....	334
6.4.2.1. Moda Flamenca.....	335
6.4.2.1.1. Textil.....	335
6.4.2.1.2. Calzado.....	340
6.4.2.1.3. Complementos.....	341



## ÍNDICE

6.4.2.1.4. Estimación del valor económico moda flamenca.....	342
6.4.2.2. Instrumentos musicales.....	348
6.4.2.3. Audiovisual.....	351
6.4.2.4. Revistas y libros.....	351
6.4.2.5. Espectáculos.....	352
6.4.2.6. Docencia.....	361
6.4.2.7. Turismo.....	364
6.4.3. Promoción del Flamenco.....	379
6.4.3.1. Festivales.....	379
6.4.3.2. Peñas.....	384
6.4.4. Estimación del valor económico del Flamenco.....	385
6.4.5. El Flamenco en el exterior.....	387
6.4.5.1. Extremo Oriente.....	387
6.4.5.2. América del Norte.....	390
6.4.5.3. América Central y del Sur.....	392
6.4.5.4. Europa.....	392
6.5. CONCLUSIONES.....	397

## ÍNDICE

REFERENCIAS CAPÍTULO VI.....400

### **CONCLUSIONES, REFLEXIONES Y PROPUESTAS**

CONCLUSIONES.....408

REFLEXIONES Y PROPUESTAS.....413

**REFERENCIAS TRABAJO COMPLETO.....416**

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

Fue un novelista francés, Henry Beyle Stenchal, quien en su obra “*Les Mémoires d'un touriste*” publicada en 1838, acuñó el ingenioso neologismo de turista, de tan exitoso resultado posterior, para referirse a los viajeros románticos que tras las Guerras Napoleónicas se lanzaron a los caminos europeos para conocer mundo. Desde entonces, el turismo ha ido creciendo, primero de forma reservada a las clases más elevadas de la sociedad, y posteriormente, al acceder también las clases medias, de forma mucho más generalizada.

En las últimas décadas el turismo ha conocido un crecimiento continuo y una profunda diversificación, que lo ha llevado a convertirse en uno de los sectores de más rápida progresión económica en el mundo. Sus efectos para las economías nacionales de muchos países han sido analizados desde muy diversas perspectivas. El presente trabajo

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

tiene como fin profundizar en el conocimiento de una de esas perspectivas, la del análisis de los efectos del turismo sobre el crecimiento económico.

## 1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

Dentro del proceso global de tercerización que han experimentado las economías en el mundo desarrollado desde finales del s. XX, se incluye como una parte importante del mismo, el fenómeno del crecimiento exponencial de los movimientos turísticos a escala mundial. Este importante aumento ha hecho que algunos economistas incluso hayan utilizado el turismo, como una variable más para medir el grado de desarrollo de un país, considerando que una nación ha salido del subdesarrollo económico, cuando el ciudadano medio del mismo puede disfrutar de vacaciones anuales. Además, si ese ciudadano puede permitirse viajar al extranjero o realizar varias escapadas de ocio a lo largo del año, se entiende que vive en un país desarrollado.

Actualmente, el volumen de negocio que genera el turismo iguala, e incluso supera, al del sector del automóvil o a las exportaciones de petróleo. El turismo, además, no sólo beneficia a los países desarrollados, sino que es también una de las fuentes de ingresos más importantes para multitud de países en desarrollo. En términos generales, el turismo representa cerca del 5% de la actividad económica mundial y genera empleos directos e indirectos cercanos al 7% del total mundial.

A pesar de este reconocimiento de la importancia del turismo, sólo unos pocos trabajos científicos sobre crecimiento económico del último tercio del s. XX, lo incluyeron entre sus variables objeto de estudio. Es preciso esperar hasta comienzos del s. XXI para encontrar los primeros estudios empíricos sobre la relación entre turismo y crecimiento económico y la cuantificación de la misma. No obstante, y a pesar de este

corto espacio temporal transcurrido, se ha generado una amplia literatura científica sobre esta temática. Aunque los resultados de estos estudios no han sido concluyentes, ya que a pesar de que la mayoría sí confirma una relación entre las variables, no existe unanimidad sobre la dirección e importancia de la misma.

A nivel nacional, debe añadirse que el turismo además ha sido uno de los principales pilares del desarrollo económico de España en el último medio siglo. Si nos centramos en el período 2000-2010, se observa que la media de visitantes no residentes fue de 88,07 millones, los cuales aportaron unos ingresos medios de 44.071,1 millones de euros<sup>1</sup>, proporcionando una cobertura media del déficit comercial nacional del 52% y suponiendo el 11% del PIB del país de media durante este ciclo.

Es por todo lo anterior, que resultaba oportuno y necesario analizar la conexión entre el turismo y el crecimiento económico en nuestro país, comprobando, en primer lugar, su existencia, cuantificando en segundo lugar la intensidad de la misma y valorando finalmente las consecuencias económicas de todo el fenómeno al nivel nacional, regional y provincial.

Un tipo de turismo nacional que ha experimentado asimismo un importante crecimiento, es el turismo cultural, y más concretamente, el turismo generado en torno al Flamenco. En las tres últimas décadas, la industria cultural del Flamenco ha sabido crecer y evolucionar en profesionalidad y nivel artístico en todas sus facetas, tanto las creativas como las industriales, dejando atrás viejas etiquetas de incultura y folclorismo.

---

<sup>1</sup> Euros constantes de 2004.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La inclusión del Flamenco en este trabajo, proviene de nuestro convencimiento en el fuerte potencial de esta industria cultural nacional, como herramienta capaz de impulsar el desarrollo económico. Especialmente para determinadas Comunidades Autónomas de nuestro país, como Andalucía.

## 1.2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo ha sido valorar en qué modo el turismo afecta al crecimiento económico en España a nivel regional y provincial. Para ello, ha sido necesario abordar varios objetivos secundarios que se corresponden con los contenidos específicos de cada uno de los capítulos de este trabajo.

Así, la finalidad del segundo capítulo ha sido sintetizar los resultados de análisis previos que relacionaron el crecimiento económico y el turismo. Para ello, se han estudiado todos los trabajos existentes hasta comienzos de 2013, sobre la relación entre estas dos variables, con la finalidad de extraer conclusiones.

La meta del tercer capítulo ha sido profundizar en el conocimiento de las razones por las cuales esos estudios previos ofrecen diversos resultados en las relaciones entre turismo y crecimiento. Para lograrlo se ha realizado un metaanálisis de los resultados ofrecidos en los estudios que utilizan datos de panel.

El propósito del cuarto capítulo ha sido conocer adecuadamente la situación y evolución del turismo en España y de sus causas. Para ello, el trabajo se ha centrado en el análisis de las cifras del turismo de los no residentes en España a lo largo de la década 2001-2010, con el propósito de medir su importancia cuantitativa y económica, tanto a nivel nacional como regional.

El objetivo del capítulo cinco, está relacionado directamente con el objetivo central de la trabajo: contrastar si el turismo en España ha generado crecimiento



## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

económico, tanto a nivel provincial como regional. Asimismo, este capítulo tiene como meta la de establecer en qué medida las diferencias de turismo provincial o regional, explican las diferencias de productividad entre las diferentes provincias o regiones, así como medir sus tasas de crecimiento.

Finalmente, y de forma complementaria a los objetivos precedentes, este trabajo tiene además la finalidad de analizar y valorar el mercado del Flamenco desde un punto de vista económico. Se ha llevado a cabo para ello, un análisis mesoeconómico, con el propósito de estimar el potencial de desarrollo económico del sector.

### **1.3. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA DEL TRABAJO**

Este trabajo se estructura en siete capítulos. Tras este primer capítulo, de carácter introductorio, se ofrecen otros dos (Capítulos 2 y 3) relativos al análisis de los estudios precedentes. En el Capítulo 4, se procede al estudio de los datos turísticos en España. En el Capítulo 5, se presentan las estimaciones econométricas obtenidas sobre la relación entre el turismo y el crecimiento económico en nuestro país. En el Capítulo 6 se realiza, a modo de aportación adicional al objetivo principal de este trabajo, un análisis económico general del Flamenco en España. Por último, se presentan conclusiones, reflexiones y propuestas.

En el segundo capítulo, se ha realizado una revisión sistemática de toda la literatura científica publicada sobre las posibles relaciones entre turismo y crecimiento económico hasta comienzos de 2013. Los trabajos analizados, son todos aquellos publicados en revistas indexadas en las principales bases de datos. A partir de una revisión sistemática, se han clasificado los estudios según las tres metodologías de investigación utilizadas en los mismos, ordenándose cronológicamente para extraer conclusiones de ellos. En concreto, se ha analizado un total de 86 trabajos con el siguiente desglose: 62 de series temporales, 20 de datos de panel y 4 de datos de corte transversal.

Esta revisión sistemática se ha complementado, en el tercer capítulo, con la elaboración de un metaanálisis. Para ello, se seleccionaron los 11 estudios que utilizan datos de panel. Las estimaciones se han clasificado según fuesen dinámicas o no

dinámicas, contemplasen otras variables explicativas que no fuese el turismo y abarcasen áreas geográficas amplias o definidas. De este proceso, han resultado finalmente 87 estimaciones que se han utilizado como muestra del metaanálisis, aplicando para ello modelos estadísticos de efectos fijos y aleatorios, tanto para el total de las estimaciones, como para una serie de submuestras específicas, formadas atendiendo a diversos criterios metodológicos. Para el cálculo de los resultados, se ha empleado el programa *Comprehensive Meta-analysis Software 2.0*.

En el capítulo cuatro, se ha llevado a cabo una aproximación a los datos del turismo extranjero en España en la década de 2001 a 2010. Para ello se han utilizado todas las estadísticas oficiales disponibles elaboradas por los organismos oficiales relacionadas con el turismo de nuestro país, durante esa primera década del s. XXI.

La realización de estadísticos y gráficas han sido las principales herramientas metodológicas empleadas para el estudio. Las estadísticas oficiales muestran que nuestro país ha sido tradicionalmente una potencia mundial en el mercado del turismo, tanto en número de visitantes, como en ingresos turísticos. Esta posición ha sido fruto de un conjunto de fortalezas logradas, aunque existan también debilidades a valorar e intentar corregir en nuestro sector turístico.

En el capítulo cinco, se ha estimado una función de producción *Cobb-Douglas*, en la que se ha incluido como factor adicional de crecimiento económico una variable representativa del turismo. La función de producción se ha estimado utilizando datos de panel para las cincuenta provincias españolas y el periodo temporal que abarca desde el año 1999 hasta el 2008. Las estimaciones se han realizado teniendo en cuenta la posible presencia de autocorrelación, heterocedasticidad y endogeneidad de las variables. Estas

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

estimaciones se han realizado utilizando diversos paquetes estadísticos de *Stata 11*. Además, en este capítulo se ha calculado en qué medida las diferencias de capital turístico provincial y regional sirven para explicar las diferencias de productividad entre las provincias y regiones españolas. Para la obtención de los resultados de la aportación del turismo a las diferencias de productividad provincial y regionales se ha empleado la metodología utilizada previamente por Pablo-Romero y Gómez-Calero (Pablo-Romero y Gómez-Calero, 2008).

Por último, el capítulo seis, de carácter adicional, se dedica al Flamenco. Para ello, se ha desagregado la industria del Flamenco en un total de nueve sectores: textil, calzado, complementos, instrumentos musicales, audiovisual, revistas y libros, espectáculos, docencia y turismo. Se ha realizado una valoración económica del Flamenco utilizando el método de los efectos, adaptando el tipo de efecto calculado para cada sector, a la escasa información disponible sobre el mismo.

Este trabajo de investigación finaliza con un capítulo de conclusiones, reflexiones y propuestas sobre todo lo tratado en él.

#### 1.4. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La bibliografía utilizada en este trabajo es muy amplia y diversa, pues responde al análisis específico llevado a cabo en cada capítulo.

Desde un punto de vista bibliográfico, en el capítulo dos se ha comenzado realizando un análisis previo a los estudios que de forma explícita analizan las contribuciones del turismo al desarrollo económico. En ensayos como Sinclair (1998) se explicitan los aportes de ingresos del turismo, ingresos que pueden ser utilizados para adquirir del exterior bienes de capital precisos para el crecimiento económico (McKinnon, 1964). Otros afirman que el turismo internacional mejora la eficiencia al incrementar la competencia entre empresas (Bhagwati y Srinivasan, 1979; Krueger, 1980) o las economías de escala (Helpman y Krugman, 1985).

A continuación, para la revisión sistemática de la literatura económica sobre turismo y crecimiento económico, se han analizado un total de 87 trabajos. Se ha seguido el criterio del método de investigación utilizado en ellos para clasificarlos. Dentro del grupo de los ensayos basados en las series temporales cabe destacar el de Lanza y Pigliaru (2000), por ser la publicación pionera a la hora de estudiar la conexión entre el turismo y el crecimiento económico. También resulta reseñable el informe de Balaguer y Cantavella-Jordá (2002), por ser el primero en definir la hipótesis de que el turismo impulsa el crecimiento (*Tourism Leads Growth, TLG*), hipótesis que se ha convertido en uno de los patrones comunes utilizado por todos los trabajos posteriores en este campo de investigación. Destacables es, asimismo, la investigación de Lanza et

al. (2003), pues es considerado el primer estudio que utilizó la técnica de los datos de panel para analizar la conexión entre el turismo y el crecimiento económico.

En relación al capítulo tercero, cabe destacar la obra de Gene V. Glass “*Primary, secondary, and meta-análisis of research*” (Glass ,1976), donde se acuña el término de metaanálisis por primera vez. Para la base y fundamentación del método del metaanálisis, se han utilizado otros estudios como los de Botella y Gambara (2002, 2006) y Sánchez-Meca y Botella (2010). Para crear la base bibliográfica de estudios por disciplinas que han utilizado el metaanálisis, se ha empleado la Unidad de Metaanálisis de la Universidad de Murcia (Unidad Metaanálisis Universidad de Murcia, 2012). Para la obtención de las 87 estimaciones combinadas en el metaanálisis, se seleccionaron los siguientes 11 estudios de datos de panel, enunciados según orden cronológico: Eugenio-Martín et al. (2004), Sequeira y Campos (2005), Sequeira y Nunes (2008), Fayissa et al. (2008), Lee y Chang (2008), Cortés-Jiménez (2010), Proenca y Soukiazis (2008), Fayissa et al. (2009), Adamou y Clerides (2010), Narayan et al. (2010), Holzner (2011), Seetenah (2011) y Dritsakis (2011).

Para la elaboración del capítulo cuatro, se han usado las bases de datos elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos, Frontur (2000 a 2011) y Egatur (2004 a 2011), respectivamente, además de la Encuesta de Ocupación Hotelera (2001 a 2010), elaborada por el INE. También se han utilizado los informes trimestrales editados por Exceltur (2004 a 2011). Para el acercamiento a la estructura económica del sector turístico español, se han empleado estudios como los de Vacas y Landeta (2009) y Velasco (2005).

Para la elaboración del capítulo cinco han resultado importantes los estudios que han analizado el turismo como variable explicativa de las diferencias regionales en un país (Proenca y Soukiazis, 2008 y Cortés-Jiménez y Pulina, 2010). Los datos del número de viajeros hospedados en hoteles españoles, se han obtenido de la Encuesta de Ocupación Hotelera, editada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET, 2012). Los datos sobre el VAB proceden de las series de Alcaide y Alcaide (2000, 2001, 2006, 2009) y Alcaide (2010). Los valores sobre el capital humano se han obtenido de Serrano y Soler (2010) y las estimaciones sobre el stock y los servicios del capital para la economía española se han extraído de Mas et al. (2011).

En el capítulo seis, el informe elaborado por TERA *Consultants* (2010) ha permitido documentar la importancia de las industrias culturales y creativas en Europa, y la Cuenta Satélite de Cultura en España, del Ministerio de Cultura (MUC, 2013), ha aportado los datos de nuestro país y de sus Comunidades Autónomas. Para la definición y delimitación de los orígenes y geografía del Flamenco, se ha utilizado la obra de Martínez (2008). En el apartado del análisis económico del Flamenco, para completar las distintas valoraciones de los nueve sectores que lo componen, se han utilizado fundamentalmente los siguientes estudios: “Análisis económico y prospectiva del sector de la moda en Sevilla” (Castillo-Manzano et al. 2005), “La demanda de Turismo de Flamenco en Andalucía” (SAETA, 2004), “Estudio económico sobre la importancia del Flamenco en las industrias culturales de Andalucía” (Ruiz y Pérez, 2011) y el “Anuario de estadísticas culturales 2011” (MECD, 2012).

## **CAPÍTULO II**

### **TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA**

En este capítulo se presenta una revisión de los trabajos publicados hasta comienzos de 2013, en los que se analiza la relación entre el turismo y el crecimiento económico, y se proporciona un análisis temático y cronológico de la investigación empírica sobre este tema. El enfoque conduce a una clasificación de las numerosas obras en tres grandes grupos, de acuerdo con la metodología aplicada en las mismas: series temporales, datos de panel y datos de corte transversal. Dentro de cada grupo, se ha organizado cronológicamente la literatura y extraído conclusiones de sus hallazgos. De este estudio se desprende que la relación entre el turismo y el crecimiento depende de varios factores, siendo el principal de ellos el grado de especialización en el turismo alcanzado por el país. De similar manera, los resultados empíricos son muy sensibles a la selección de las especificaciones del modelo y a las técnicas



## CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

econométricas utilizadas. Por consiguiente, en las obras más recientes se aprecia una evolución hacia el uso de técnicas cada vez más refinadas.

## 2.1. INTRODUCCIÓN

Desde los orígenes de la humanidad, el ser humano se ha sentido obligado a desplazarse por múltiples razones. Pero no ha sido hasta la Edad Contemporánea, con la mejora de los sistemas de comunicación y transporte y del nivel de vida, cuando se ha desarrollado el turismo de ocio. Fue sobre todo durante la segunda mitad del s. XX, cuando el turismo se hizo evidente como fenómeno de masas. Tras la Segunda Guerra Mundial, el abaratamiento del precio del petróleo, el aumento del poder adquisitivo, la reducción progresiva de las horas de trabajo y otras circunstancias, hicieron que los viajes internacionales fuesen cada vez más asequibles para un mayor porcentaje de la población. Al turismo de ocio se le ha ido sumando el turismo de negocios, generado por el creciente desarrollo de las relaciones comerciales internacionales.

Según los datos ofrecidos por la Organización Mundial del Turismo (Barómetro OMT, 2012), las llegadas de turistas internacionales a nuestro país crecieron casi cuarenta y dos veces entre 1950 y 2012, duplicándose cada diez años. La llegada total de turistas aumentó linealmente un 7,1% al año durante el periodo señalado, y sólo se redujo ligeramente en 1982, 2001, 2003 y 2009. En términos de ingresos por turismo internacional, el crecimiento del turismo es aún más sorprendente. De 1950 a 2012, estos ingresos (dólares constantes de 1950) se han multiplicado casi por cincuenta y siete, con un incremento medio anual del 7,8%. Además, durante este período, el gasto medio turístico per cápita aumentó desde los 80, hasta los 109 dólares constantes de 1950.

La importancia de los ingresos por turismo y el análisis de sus efectos han despertado el interés de un número creciente de economistas. Se considera que el gasto turístico es una forma alternativa de exportación que, como tal, puede contribuir a mejorar la balanza de pagos, favorecer el empleo de un país y generar ingresos fiscales adicionales (Archer, 1995; Belisle y Hoy, 1980; Davis et al. 1988; Durbarry, 2002; Khan et al. 1990; Uysal y Gitelson, 1994 y West, 1993). En resumen, los ingresos por turismo pueden favorecer el crecimiento económico de un país a través de su influencia positiva en la economía en su conjunto a través de los efectos secundarios (*spillovers*) y otras externalidades (Marín, 1992).

Desde un punto de vista empírico, Lanza y Pigliaru (2000) fueron los primeros en investigar la relación entre el turismo y el crecimiento económico, al observar que los países fuertemente especializados en el turismo compartían dos características: eran países pequeños y su promedio de ingreso per cápita crecía rápidamente. Este trabajo seminal ha dado lugar más adelante a un gran número de publicaciones cuyo objetivo es comprobar la hipótesis de que el turismo impulsa el crecimiento (*TLG*) - es decir, la hipótesis según la cual el turismo genera crecimiento económico - desde el punto de vista econométrico. Esta literatura analiza si realmente existe una relación entre el turismo y el crecimiento económico y la causalidad de esta relación. Desde el primer intento de Balaguer y Cantavella-Jordá (2002), que puso a prueba esta hipótesis para el caso de la economía española entre 1975 y 1997, han sido publicados un número creciente de artículos con el mismo objetivo (aunque para diferentes países, utilizando distintas metodologías y obteniendo diferentes resultados).

En este capítulo se realiza una revisión de los principales estudios publicados hasta principios de 2013, clasificándolos de acuerdo con su metodología, con un criterio

cronológico; porque el tiempo, en nuestra opinión, determina los avances metodológicos implementados en cada uno de ellos.

Con este objetivo, el capítulo se divide en siete grandes apartados. El apartado 2.2 proporciona una introducción histórica a la investigación en esta materia. El apartado 2.3 clasifica y analiza los trabajos que utilizan la técnica econométrica de las series temporales para corroborar la hipótesis *TLG*. El apartado 2.4 clasifica los estudios que utilizan datos de panel. El apartado 2.5 analiza los estudios en los que se aplican los datos de corte transversal. La discusión de los resultados se presenta en el apartado 2.6. Por último, las principales conclusiones se ofrecen en el apartado 2.7.

## **2.2. INTRODUCCIÓN HISTÓRICA A LA HIPÓTESIS DEL TURISMO IMPULSA EL CRECIMIENTO (*TLG*)**

Hasta el s. XXI, el turismo ha suscitado relativamente poca atención en la literatura sobre el desarrollo económico. Sólo unos pocos estudios se han centrado de forma explícita en la contribución económica del turismo en los países en desarrollo. Básicamente, como señala Sinclair (1998), estos estudios han relacionado la demanda turística y la generación de ingresos a través de un proceso multiplicativo. Según Archer (1976), Johnson y Ashworth (1990) y Sheldon (1990), en la mayoría de los estudios que tratan de estimar la demanda turística se utilizan modelos de ecuaciones simples y explican la demanda sobre la base de los ingresos por turismo o de las llegadas de turistas. Por otro lado, los estudios que analizan los efectos multiplicadores del gasto de los turistas constituyen una de las áreas mejor investigadas en la literatura económica del turismo (Fletcher y Archer, 1991). El enfoque predominante adoptado para evaluar los efectos económicos de los cambios en el gasto turístico se ha basado en el análisis *input-output*, en los modelos de equilibrio general computable y en la Cuenta Satélite de Turismo (Dwyer et al. 2004; Ivanov y Webster, 2007).

Junto a estas dos grandes áreas de investigación y análisis, Sinclair (1998) señala que hay un número considerable de estudios que, aunque no estudiaban expresamente el papel que juega el turismo en el desarrollo económico de un país, si estaban indirectamente relacionados con esa cuestión. Algunos estudios ponían de manifiesto que el potencial del turismo en el crecimiento se basa, en gran parte, en los ingresos de divisas que origina y el correspondiente alivio en la balanza de pagos. Se considera que los ingresos de divisas por turismo se pueden utilizar para importar bienes de capital

para producir bienes y servicios, lo que a su vez conduce al crecimiento económico (McKinnon, 1964). También se consideraba que el turismo puede tener otros beneficios para la economía, como los ingresos fiscales, la creación de empleo y la obtención de nuevas fuentes de ingresos (Archer, 1995; Belisle y Hoy, 1980; Davis et al. 1988; Durbarry, 2002; Khan et al. 1990; Uysal y Gitelson, 1994 y West, 1993). Además, el turismo internacional puede contribuir al crecimiento económico mediante la mejora de la eficiencia a través del incremento en la competencia de las empresas locales y las empresas correspondientes en otros destinos turísticos internacionales (Bhagwati y Srinivasan, 1979; Krueger, 1980) y puede facilitar la explotación de las economías de escala a nivel local (Helpman y Krugman, 1985). Sin embargo, algunos de estos estudios también indican que la capacidad del turismo para generar crecimiento económico en un país, depende del grado de vinculación entre el turismo y otros sectores económicos (Cazes, 1992).

Los temas tratados en estos estudios están relacionados con la hipótesis de un crecimiento impulsado por las exportaciones. Las exportaciones son vistas, por tanto, como promotoras del crecimiento económico de variadas formas y generando beneficios, entre los que destacan, como se indicaba en Durbarry (2002): ganancias en economías de escala, relajación de los problemas de divisas, oportunidades de generar externalidades positivas en los sectores que no exportan, fomento de la asignación eficiente de los recursos necesarios para mantener la competitividad y estímulo a una mayor inversión provocando la creación de industrias auxiliares. En ese sentido, un gran número de estudios empíricos se han centrado en la relación causal entre las exportaciones y el crecimiento económico. Algunos artículos relevantes pioneros en este ámbito son los de Ahmed y Kwan (1991), Jin (1995), Kwan y Cotsomotis (1991),

Thornton (1997) y Xu (1996), con resultados mixtos reportados. Giles y Williams (2000a, 2000b) han elaborado un informe global sobre los estudios que han aplicado la hipótesis *ELG* (*export lead growth*).

Sin embargo, estos trabajos se han centrado en la relación entre los bienes comercializados y el desarrollo económico, sin prestar atención a los bienes no comercializados. Según Kim et al. (2006), los modelos teóricos que consideran una relación causal entre los bienes no comercializables, como el turismo y el crecimiento económico, son un fenómeno reciente. Desde este nuevo punto de vista, la cuestión que corresponde analizar es si el crecimiento del turismo provoca el correspondiente crecimiento económico y en qué grado, o bien, si es la expansión económica la que contribuye en gran medida a un crecimiento en el turismo.

Ghali (1976) y Lanza y Pigliaru (2000) fueron los primeros en investigar la relación entre el turismo y el crecimiento desde el punto de vista empírico, mientras Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) fueron los primeros en analizar la hipótesis de que el turismo impulsa el crecimiento. Posteriormente, ha habido un aumento significativo en el número de publicaciones con el objetivo de verificar esta hipótesis, y son estos documentos los que constituyen el objeto de nuestro análisis. De acuerdo con la metodología que aplican, podemos clasificarlos en términos de series temporales, datos de panel y análisis transversales.

De forma simultánea, se ha venido desarrollando otra línea de investigación, la que relaciona el turismo y el comercio internacional. Hasta donde sabemos, los primeros estudios que exploran esta relación son los de Gray (1970) y Keintz (1971). Más recientemente, podemos destacar los estudios de Kadir y Jusoff (2010), Khan et al. (2005), Kulendran y Wilson (2000), Lionetti y González (2012), Santana-Gallego et al.

(2011), Turner y Witt (2001) y Webber (2000), entre otros. La mayoría de ellos muestran que la cointegración entre turismo y comercio existe, y analizan la dirección de la causalidad. Estos estudios no son el objetivo de este trabajo. Sin embargo, algunos estudios que analizaron la hipótesis *TLG* incluyeron también las variables de comercio con el fin de tener en cuenta la relación entre el turismo y el comercio. Por lo tanto, las dos líneas de investigación están estrechamente vinculadas.



### 2.3. ESTUDIOS QUE EMPLEAN SERIES TEMPORALES

A pesar de la existencia de varios estudios previos que analizaron diferentes efectos económicos del turismo, los trabajos que se centran en la existencia de una relación causal entre el turismo y el crecimiento económico, son relativamente recientes y se han multiplicado desde 2002, como se puede observar en la Tabla 2.4 del Anexo.

El primer estudio que emplea series temporales para abordar este tema es el de Balaguer y Cantavella-Jordá (2002), aunque anteriormente Ghali (1976) estimó, utilizando *OLS* (*ordinary least squares*, es decir método de mínimos cuadrados), que la renta per cápita en Hawai habría sido un 17% menor en ausencia del crecimiento del turismo en el período de 1953 a 1970. Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) utilizaron un modelo de tres variables (PIB real, ingresos por turismo internacional y tipo de cambio real efectivo) y datos de la economía española para el periodo comprendido entre 1975 y 1997. El estudio econométrico mostró la existencia de una relación de cointegración entre el turismo y el crecimiento económico. La aplicación de la prueba de causalidad propuesta por Granger (1988) mostró que la relación era a la vez estable y unívoca. Por lo tanto, los resultados empíricos del estudio apoyaban la hipótesis de *TLG* y justificaban las políticas públicas dirigidas a la adaptación de la oferta y a la promoción de la demanda. Un año más tarde, Vanegas y Croes (2003) también consideraron que esta hipótesis se cumplía en Aruba (pequeña isla de las Antillas Menores). Sin embargo, este estudio no se apoyó en un análisis econométrico.

Dritsakis (2004) examinó la misma hipótesis para el caso de Grecia entre 1960 y 2000. Mediante la aplicación de una metodología econométrica similar a la utilizada en

el estudio de Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) (test de cointegración sugerido por Johansen, 1995 y prueba de causalidad de Granger propuesta por Granger, 1988, junto con un modelo de corrección de errores), el autor encontró evidencia de una relación causal bidireccional entre el turismo internacional y el crecimiento económico. Sin embargo, mientras que los ingresos por turismo y el tipo de cambio real mostraban una fuerte relación causal con el crecimiento económico, el crecimiento económico y el tipo de cambio real evidenciaban una relación causal más débil con los ingresos por turismo.

Ese mismo año, Durbarry (2004) analizó la relación entre el turismo y el crecimiento económico en la isla de Mauritania entre 1952 y 1999. Para ello, el autor utilizó un modelo construido sobre cinco variables (ingresos por turismo, capital social, capital humano, exportaciones de azúcar y exportaciones de bienes manufacturados). Mediante la aplicación de una metodología econométrica similar a la indicada anteriormente, los resultados mostraron que el turismo fomentó el crecimiento económico en Mauritania durante esos años.

Apenas un año más tarde, Demiröz y Ongan (2005) y Gunduz y Hatemi-J (2005), en Turquía, y Oh (2005), en Corea del Sur, se dispusieron a corroborar la misma hipótesis, si bien llegaron a conclusiones diferentes. Demiröz y Ongan (2005) analizaron la relación causal entre los ingresos por turismo y el crecimiento económico de Turquía en el período comprendido entre 1980 y 2004 utilizando la metodología ya aplicada por Dritsakis (2004). Los resultados empíricos obtenidos sugerían una relación causal bidireccional entre las dos variables. En el estudio de Gunduz y Hatemi-J (2005), en el que se utilizaron los test de causalidad *leveraged bootstrap*, en lugar de los test de Granger (1988), los autores identificaron una relación causal unidireccional del turismo internacional (medida en función de las llegadas de turistas internacionales en lugar de

los ingresos por turismo, debido a problemas de multicolinealidad) respecto del crecimiento económico, para el período comprendido entre 1963 y 2002. Los autores señalaron que el peso relativo del turismo dentro de la estructura económica del país estudiado, fue probablemente un importante aspecto que influyó en la relación causal mencionada más arriba.

Debido a la importancia del peso del turismo en la economía que ponen de manifiesto los resultados de estos análisis de causalidad entre turismo y crecimiento a largo plazo, Oh (2005) se propuso confirmar la hipótesis de *TLG* en el caso de Corea del Sur entre 1975 y 2001, debido a que Corea del Sur es un país en desarrollo, al igual que España, pero en el que el peso del turismo en la economía es mucho menor. Mediante el uso de un modelo de dos variables, que no incluía los tipos de cambio, llega a la conclusión de que no había una relación a largo plazo entre las dos variables analizadas. Por otra parte, la prueba de causalidad propuesta por Granger (1988) mostró la existencia de una relación causal unidireccional que va desde el crecimiento económico al turismo. Por lo tanto, la hipótesis no se verificó y, en consecuencia, las políticas de promoción del turismo no podrían ser consideradas como impulsoras del crecimiento económico.

Poco después, Kim et al. (2006) llevó a cabo un estudio similar en Taiwán en el período entre 1971 y 2003, utilizando un doble período de análisis: uno trimestral (1971-2003) y otro anual (1956-2002). La elección de Taiwán como marco de referencia se justifica por el hecho de tratarse de un país con características similares a las de Corea del Sur en cuanto a la participación del turismo en el PIB nacional, y con una estructura económica orientada a la exportación (Sengupta y España, 1994). Dado que la metodología utilizada fue equivalente a la del estudio anterior, se podría esperar

que los resultados fuesen también similares. Sin embargo, la prueba de la causalidad propuesta por Granger (1988) sugirió, en este caso, una relación causal bidireccional, y en consecuencia apoyaba tanto la hipótesis de *TLG* como su recíproca, es decir, la hipótesis *economic-led tourism (ELT)* (la economía impulsa el turismo). Los autores atribuyeron a ciertos factores que diferencian a una economía de la otra esos resultados divergentes. Entre estos factores, mencionan los diferentes sistemas económicos y el tamaño de las dos economías. En este sentido, según lo observado por Hazari y Sgro (1995), las economías pequeñas se benefician del turismo internacional y este factor puede tener una influencia favorable en su crecimiento económico. Además, los autores señalaron el predominio de las pequeñas y medianas empresas en Taiwan, en comparación con el de las grandes empresas de Corea, como otra posible causa de las diferentes relaciones causales observadas en los dos países.

Tomando un país pequeño, la isla de Chipre, como referencia, Louca (2006) analizó las relaciones entre los ingresos derivados de la industria del turismo y la llegada de turistas, por un lado, y tres categorías de gastos de la oferta, por otro. Los resultados sugirieron una relación positiva entre los ingresos en hoteles y restaurantes y los gastos en publicidad y promoción, y entre las llegadas de turistas y los ingresos de hoteles y restaurantes. El autor llegó a la conclusión de que la política de gasto afecta a la industria del turismo y ello afectó positivamente a los ingresos.

Tomando nuevamente la isla de Chipre como caso de prueba, Katircioglu (2007) analizó las relaciones entre el turismo internacional, el comercio internacional (exportaciones e importaciones, tanto conjunta como separadamente) y el crecimiento económico para la serie temporal 1960-2005. Para analizar las relaciones a largo plazo entre cada par de variables, el autor aplicó la prueba de límites para la cointegración con

*ARDL* (*autoregressive distributed lag*) desarrollada por Pesaran et al. (2001). Los resultados sugirieron que existía una relación a largo plazo entre las variables. El análisis posterior de causalidad mostró, por un lado, que el crecimiento económico estimuló el crecimiento del comercio internacional y el número de llegadas de turistas internacionales a la isla. Y por otro, que el crecimiento del comercio internacional estimuló el aumento en el número de llegadas de turistas internacionales. El autor justifica estas relaciones señalando el hecho de que un mayor crecimiento económico genera un aumento de I + D (Investigación y Desarrollo), que permite aumentar los recursos dedicados a la publicidad y a la promoción de los servicios turísticos para acabar atrayendo así a más turistas. Por otro lado, las importaciones permiten invertir en los sectores económicos, entre ellos el sector turístico, haciendo que esas inversiones se traduzcan en nuevos turistas internacionales.

Esa idea de que las importaciones pueden estar relacionadas de alguna manera con el turismo volvió a revisarse por Nowak et al. (2007). Sin embargo, en esta investigación se sugirió una relación causal diferente entre las variables, ya que los autores consideraron que los ingresos por turismo podrían favorecer las importaciones de bienes de capital, lo que generaría un mayor crecimiento económico. Esta nueva hipótesis se llamó *tourism-capital import growth* (*TKIG*) (el turismo impulsa las importaciones de bienes de capital y el crecimiento). Esta hipótesis se contrastó tomando la serie de datos de PIB real, de los ingresos del turismo y de las importaciones de productos manufacturados de la economía española entre 1960 y 2003. Utilizando una metodología similar a la empleada en los estudios anteriores (estacionalidad, prueba de cointegración sugerida por Johansen, 1995, y prueba de causalidad propuesta por Granger, 1988, basado en el modelo de corrección de errores), los autores concluyeron

que los resultados obtenidos no permitían rechazar la hipótesis *TKIG*. Por lo tanto, los ingresos por turismo eran una fuente de financiación de bienes de capital que acababan afectando al crecimiento económico de una manera positiva.

Capo et al. (2007a) también consideraron que el turismo tiene efectos positivos sobre el crecimiento económico. Utilizando un modelo contable para medir la contribución de los diferentes factores de producción en el desarrollo de la economía de las Islas Baleares y de las Islas Canarias de España, los autores proporcionaron evidencia de que la orientación de la economía hacia actividades turísticas había sido la fuerza impulsora en el crecimiento de los ingresos. Sin embargo, también consideraron que las islas españolas mostraban signos del *Dutch disease* (síndrome holandés o consecuencias dañinas de un aumento repentino de riqueza en una sociedad) (Capo et al. 2007b).

Ese mismo año, se publicó un estudio realizado por Khalil et al. (2007) sobre la economía de Pakistán. Los autores mostraron que el PIB y los ingresos del turismo estaban cointegrados y que existía una relación causal bidireccional entre ellos.

Un año más tarde, la isla de Taiwán y Turquía volvieron a ser objeto de dos estudios diferentes. Lee y Chien (2008) analizaron la relación entre el PIB, el turismo (medido a través de los ingresos por turismo y por el número de llegadas de turistas internacionales) y el tipo de cambio real en Taiwán entre 1959 y 2003. Como en el estudio anterior, ya citado, de Kim et al. (2006), esta investigación mostró una relación causal bidireccional entre el turismo y el crecimiento en Taiwan. Sin embargo, el análisis señaló también que la estabilidad de esta relación podría verse seriamente afectada por variables exógenas, como los cambios políticos, las crisis económicas o los

incidentes turísticos. Para llegar a estas conclusiones, en el estudio se aplicó el procedimiento en tres fases desarrollado por Pradhan y Subramanian (2003).

Centrados en la economía turca (1963-2006) y utilizando la metodología general aplicada en los estudios anteriores, Kaplan y Celik (2008) identificaron una relación unidireccional estable entre el turismo y el PIB. También destacaron el hecho de que el peso relativo elevado del turismo en la economía de Turquía ha hecho de este sector una de las principales fuentes de divisas, por lo que concluyeron que el turismo es un sector estratégico que debe ser fomentado a largo plazo.

Es sorprendente y hasta paradójico ver cómo, sólo un año después, en 2009, un estudio realizado por Katircioglu (2009a) para este mismo país y para un período de tiempo casi idéntico (1960-2006), llegó a una conclusión diametralmente opuesta: que no había ninguna relación entre el turismo y el crecimiento económico. Esta diversidad de resultados sólo puede atribuirse a la diferente metodología empleada en este último estudio, que era similar a la utilizada por el mismo autor en el análisis realizado para la isla de Chipre (Katircioglu, 2007). Por otra parte, ese mismo año, Zortuk (2009) llegó a la misma conclusión que Kaplan y Celik (2008) mediante la implementación de una metodología similar a la utilizada por ellos, pero aplicada a un período diferente (1990-2008) y utilizando esta vez el número de llegadas de turistas como variable de medición de las actividades turísticas.

Los análisis realizados en estos estudios se repitieron posteriormente para estudiar otras economías. El trabajo de Katircioglu (2009b) referido a Malta verifica para el turismo tanto la hipótesis *TLG* como la de que el crecimiento impulsa el turismo, *ELG*. Centrándose en México (1980-2007), Brida et al. (2008a) usaron una metodología similar pero aplicando, en este caso, la prueba de causalidad desarrollada por Toda y

Yamamoto (1995). Demostraron el enorme valor estratégico del turismo para el crecimiento de la economía mexicana. Ese año, utilizando una metodología similar, Brida et al. (2008b) analizaron la relación de causalidad entre el PIB de Uruguay y los ingresos por turismo de los turistas argentinos (que representan, según estos autores, el 70% de los ingresos por turismo del país). La relación causal en este caso va del gasto turístico hacia el PIB per cápita y, según estos autores, refuerza las teorías de McKinnon (1964). Un año más tarde, Brida y Risso (2009a) corroboraron la hipótesis *TLG* en el caso de Chile. Este último estudio se llevó a cabo conjuntamente con un análisis de impulso-respuesta, que mostró cómo el impacto del turismo es inicialmente negativo, pero después tiene un efecto positivo continuo. Brida et al. (2009b) también presentaron pruebas que apoyan esa hipótesis para el caso de Colombia. El trabajo de Croes y Vanegas (2008) también mostró una relación unidireccional entre el turismo y el crecimiento económico en Nicaragua.

Fuera de América Latina, Brida et al. (2009c) verificaron la hipótesis *TLG* en la región de Trentino-Alto Adige / Südtirol, situada al nordeste de Italia, en la frontera con Suiza y Austria. La elasticidad del PIB real con respecto al gasto turístico calculada por estos autores fue de 0,22. Ellos señalaron que este valor fue mucho mayor que el obtenido en estudios anteriores para España y Portugal (países tradicionalmente de destino turístico), que sólo llegó a 0,06, pero al mismo tiempo era muy inferior a la obtenida en los países con un alto turismo potencial, como México o Mauritania, que alcanzaron un valor de 0,7.

Desde un punto de vista econométrico similar, pero con un enfoque metodológico diferente, Tang y Jang (2009) analizaron la relación entre el turismo y el crecimiento económico al nivel de subsectores. Los autores consideraron que, de esta



manera, los resultados obtenidos respecto a la relación entre el dinamismo económico y el turismo podían ser analizados con mayor precisión. Utilizando los datos de los Estados Unidos para el período 1981-2005, analizaron la relación entre cuatro industrias turísticas (líneas aéreas, casinos, hoteles y restaurantes) y el PIB. El estudio reveló que existía una relación causal unidireccional entre el PIB y las cuatro industrias turísticas. Según estos autores, estos resultados podrían explicarse por el hecho de que la economía de EE.UU. no está especialmente orientada al turismo. Los ingresos por turismo representaban sólo el 0,58% del PIB. También analizaron las relaciones causales entre los cuatro sectores elegidos. La primera industria en beneficiarse del crecimiento económico era el sector de las aerolíneas, que a su vez tenía un efecto sobre los hoteles y casinos. Posteriormente, los hoteles beneficiaban a los restaurantes. Los autores observaron una cadena de interrelaciones entre los sectores que podría ser útil considerar en el desarrollo de las políticas económicas.

Desde una perspectiva metodológica diferente, Chen y Chiou-Wei (2009) examinaron los resultados previos obtenidos en Taiwán y Corea. Utilizaron un modelo exponencial bivalente *GARCH* en promedio (*EGARCH-M*), lo que les permitió analizar la relación de causalidad entre las dos variables y proporcionar información sobre los efectos que la incertidumbre tenía sobre ellas. Según estos autores, tener en cuenta la incertidumbre es esencial para un mejor conocimiento de los efectos causales entre las variables, ya que la demanda turística se ve afectada por problemas relacionados con la seguridad y la salud, tales como las enfermedades epidémicas, las guerras, los desastres naturales, el terrorismo y la inestabilidad política (Kim y Wong, 2006). Los resultados para el análisis referido a Taiwan, sugirieron una relación causal unidireccional del turismo al crecimiento económico. La relación bidireccional observada en estudios

anteriores para este país, no se apreció aquí. Además, el estudio mostró que la incertidumbre tenía un efecto más duradero en el turismo que el que tiene en el crecimiento económico. En el caso de Corea, los resultados fueron radicalmente diferentes de los obtenidos por Oh (2005). Para ese caso, se puso de manifiesto una relación bidireccional entre las dos variables; esta relación podría explicarse por la introducción de los tipos de cambio reales y la incertidumbre en el análisis.

Con el fin de aportar nuevas evidencias de la verificación de la hipótesis *TLG*, se han realizado durante 2010 y 2011 análisis similares centrados en otros países. Entre ellos, se encuentra el estudio de Payne y Mervar (2010) sobre la economía de Croacia, en el que la prueba de causalidad de Toda-Yamamoto (1995), les permitió identificar una relación causal unidireccional del PIB con los ingresos por turismo. La misma relación causal fue revelada en los estudios de Cortés-Jiménez et al. (2011) para Túnez, por Odhiambo (2011) para Tanzania, y por He y Zheng (2011) para Sichuan (una región de China). Después de aplicar un modelo *VAR*, funciones de impulso-respuesta y el método de descomposición de la varianza, He y Zheng (2011) concluyeron que la causa de estos resultados estaba relacionada con el escaso desarrollo económico de la provincia y el bajo peso del turismo en su economía. Por otra parte, Brida et al. (2011b) no encontraron evidencia de causalidad entre el PIB y el turismo en Brasil durante el período 1965-2007.

Para el caso de Singapur, Katircioglu (2010a, 2011) encontró evidencia que apoya la hipótesis *TLG*, al igual que encontraron otros autores para Túnez en el período comprendido entre 1970 y 2007 (Belloumi, 2010), para Jordania entre 1970 y 2009 (Kreishan, 2010) y para la India entre 1978 y 2009 (Mishra et al. 2011). Utilizando una metodología similar, pero incluyendo una variable adicional - el déficit por cuenta

corriente (DCC)- en el análisis, Malik et al. (2010) observaron una relación unidireccional entre el turismo y el PIB en Pakistán. También detectaron relaciones causales unidireccionales entre el DCC y el PIB y entre el turismo y el DCC.

La hipótesis *TLG* también se verificó en el estudio de Brida et al. (2010) sobre la economía de la región del Tirol. Las funciones de impulso-respuesta mostraron también que el efecto es positivo y continuo. Además, los resultados obtenidos en el estudio de Oludele y Braimoh (2010) sobre la economía de Sudáfrica evidenció una causalidad unidireccional que iba de los ingresos por turismo internacional hacia el PIB real, tanto a corto como a largo plazo. Mientras tanto, en el estudio de Lorde et al. (2011) se evidenció en Barbados una relación causal bidireccional entre el turismo y la producción. Este hallazgo era consistente con el obtenido por Lee y Chang (2008) quienes encontraron también una causalidad bidireccional entre turismo y producción.

Brida et al. (2011a) probaron la hipótesis en su estudio sobre cinco regiones de Colombia entre 1990 y 2006. La evidencia empírica obtenida confirmaba la hipótesis en todas ellas. Sin embargo, cuando los autores calcularon la elasticidad del PIB con respecto al gasto turístico, observaron que los valores diferían significativamente, un hecho que podría explicarse por los diferentes grados de especialización de las regiones en el turismo.

Resultados similares se obtuvieron en el estudio conjunto realizado por Cortés-Jiménez y Pulina (2010) en España e Italia. Utilizando un modelo económico más avanzado, que incluía el capital físico y el capital humano como variables adicionales, los autores identificaron una relación unidireccional que apoya la hipótesis *TLG* para el caso de Italia. En España, la relación fue, en cambio, bidireccional. El hecho de que el sector del turismo internacional fuese más fuerte en España podría explicar, según estos

autores, la diferente relación causal entre los dos países. Como se observó en ambos países, los capitales físicos y humanos eran esenciales para el crecimiento económico. Los autores señalaron la necesidad de incluir estas variables en todos los estudios que analizan la relación entre el crecimiento y el turismo.

En la misma línea, Katircioglu (2010b) incluyó también el capital humano en la investigación realizada al norte de Chipre. Llegó a la conclusión de que el turismo impulsa el crecimiento, pero que el capital humano también lo hace. Asimismo, Jin (2011) analizó la hipótesis *TLG* pero incluyendo como variables adicionales el capital físico, el trabajo y la liberalización del comercio en Hong Kong. El estudio concluyó que, aunque el turismo genera crecimiento económico durante períodos cortos de tiempo, no muestra el mismo efecto en el largo plazo. En otras palabras, el turismo no puede ser visto como generador de crecimiento mediante el fomento de la innovación tecnológica o de la inversión a largo plazo. Sin embargo, estas conclusiones deben ser tratadas con precaución debido a que el estudio no incluyó un análisis de causalidad, los resultados fueron obtenidos sólo a través de funciones de impulso-respuesta.

Además de estos estudios, se pueden encontrar otra serie de investigaciones publicadas durante 2010 y 2011 que analizaron el mismo problema desde diferentes perspectivas metodológicas.

Tomando de nuevo a Turquía como referencia, Gokovali (2010) calculó la contribución del turismo al crecimiento económico del país entre 1985 y 2005 mediante el uso del método de mínimos cuadrados ordinarios para estimar una función de crecimiento en relación a los ingresos por turismo, capital y mano de obra. La elasticidad obtenida del turismo fue de 0,53.

En Arslanturk et al. (2011), centrado también en Turquía, se compararon los resultados obtenidos mediante la aplicación de dos metodologías diferentes, porque creían que era necesario tener en cuenta los efectos de ciertos factores, como los cambios políticos o institucionales, sobre la relación causal entre el turismo y el crecimiento. Los autores observaron que, cuando se aplicó el modelo de corrección de errores, los resultados indicaban que no había relación de causalidad entre la serie de variables, mientras que si se utilizaba un modelo de coeficientes variables y estimación de media móvil, la evidencia fue que el PIB no tenía capacidad predictiva con respecto a los ingresos por turismo, pero que los ingresos por turismo sí tenían una relación causal con el PIB desde comienzos de la década de 1980. Sin embargo, Husein y Kara (2011) afirmaron que, incluso cuando aplicaron el modelo de corrección de errores, los resultados indicaban que los ingresos por turismo tenían una relación causal con el PIB en el período de 1964 a 2006.

Junto a estas investigaciones, encontramos otros tres estudios que se centraron en la economía de Malasia. El primero de ellas, de Lean y Tang (2010), utilizó el método desarrollado por Toda y Yamamoto (1995) y la técnica introducida por Dolado y Lütkepohl (1996), para analizar la causalidad entre las diferentes variables. También utilizaron un sistema de submuestras móviles para examinar la persistencia de las relaciones causales observadas. El análisis verificó la hipótesis *TLG* y mostró además, que esa relación se mantuvo estable durante el período de estudio (1989-2009). En un estudio diferente, Tang (2011) analizó, dividiendo el mercado del turismo en 12 sub-mercados, de acuerdo con los países de origen de los turistas, si la relación unidireccional observada en el estudio anterior sobre Malasia persistió entre 1995 y 2009. Usando el modelo de corrección de errores, el autor observó que sólo en cinco de

los 12 sub-mercados de turismo tuvo efectos positivos sobre el crecimiento económico a largo plazo. Sin embargo, la hipótesis de causalidad opuesta, según la cual el crecimiento económico genera turismo, se verificó para los 12. Recientemente, Hye y Khan (2013) también han utilizado el método de submuestras móviles, para comprobar la estabilidad de las relaciones causales observadas entre los ingresos del turismo y el crecimiento económico de Pakistán. Llegaron a la conclusión de que existe una relación a largo plazo entre el turismo y el crecimiento y de que la dirección de la relación causal a largo plazo va de los ingresos del turismo hacia el crecimiento económico. Pero también señalaron que, en 2006, 2007 y 2008, los ingresos del turismo no impulsaron el crecimiento económico en Pakistán a causa del terremoto y la guerra contra el terrorismo en las zonas del norte de Pakistán.

También con el objetivo de analizar la relación entre los componentes cíclicos de los ingresos por turismo y el crecimiento económico, Eeckels et al. (2012) utilizó el análisis espectral, que permitió descomponer una serie temporal en diferentes periodos. El análisis referido a Grecia, mostró que el componente cíclico de los ingresos del turismo estaba influyendo en el componente cíclico del PIB, apoyando por tanto la hipótesis *TLG*.

Siguiendo esta línea de análisis, Massidda y Mattana (2013) estudiaron no sólo los vínculos de causalidad entre el turismo, el comercio y el crecimiento, sino también los mecanismos de transmisión de choque. Con este fin, utilizaron un modelo de vector de error estructural para el caso de Italia. Los resultados revelaron que el turismo y las variables del comercio reaccionaban muy rápido a los impactos reales del PIB, pero se requería de un lapso de tiempo mucho más largo para que el PIB real se estabilizase después de un shock en las otras dos variables. Por lo tanto, el autor concluyó que las

políticas de apoyo de los destinos nacionales en el mercado mundial pueden tener retornos significativos para la economía, en términos de tasas más altas de crecimiento del PIB, ya que este efecto parece auto-reforzarse de dos maneras distintas: una directa, a través de la retroalimentación PIB-turismo, y otra indirecta, a través de las mayores oportunidades comerciales.

Desde otra perspectiva, también se puede mencionar el trabajo sobre la economía de Antigua y Barbuda (un grupo de islas al este del Mar Caribe, totalmente especializadas en la prestación de servicios turísticos), llevado a cabo por Schubert et al. (2010). Su estudio estuvo basado en un modelo dinámico, formado por una población cuyos agentes toman decisiones optimizando inter-temporalmente y una función de producción AK que incluyó el turismo. La estimación del modelo mostró que un aumento en los ingresos de los Estados Unidos generaba un aumento de la demanda turística, que impulsaba un proceso de transición dinámica, con un incremento progresivo del crecimiento económico. Los análisis empíricos de cointegración y causalidad realizados posteriormente confirmaron los resultados del modelo teórico. Existía una relación causal unidireccional clara del turismo al PIB.

Igualmente, estimando una función de producción, con la función de producción convencional de Cobb-Douglas, con progreso técnico neutral de Hicks, los profesores Kumar y Kumar (2012) exploraron la relación entre la información y la comunicación (TIC), el turismo y el crecimiento en la economía de Fiji. Llegaron a la conclusión de que existía una relación unidireccional que iba del stock de capital hacia las TIC, de las TIC hacia el turismo y del turismo al ingreso real per cápita. Así otorgaba una mayor relevancia a las TIC como factor de impacto significativo en el turismo y, por lo tanto, en el crecimiento económico.

## CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Durante 2012 y principios de 2013, se han realizado otros análisis con el fin de aportar nuevas pruebas a la verificación de la hipótesis *TLG*. Entre los estudios que la confirmaban, se pueden mencionar las investigaciones de Amaghionyeodiwe (2012) para Jamaica, de Srinivasan et al. (2012) para Sri Lanka, de Obadiah et al. (2012) para Keyna, de Arslanturk y Atan (2012) para Turquía, de Tang y Abosedra (2013) para el Líbano y de Surugiu y Surugiu (2013) para Rumanía.



## 2.4. ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL

Junto con los estudios antes mencionados, que analizaban básicamente la relación causal entre el crecimiento y la actividad turística, se han publicado una serie de artículos que examinan la relación entre esas dos variables mediante el uso de técnicas econométricas de datos de panel, que tienen la ventaja de proporcionar una muestra mayor de datos. En general, estos estudios, que están reflejados en la Tabla 2.5 del anexo, analizan los elementos económicos que hay detrás de la relación entre las dos variables, desde diferentes perspectivas y con diversos enfoques metodológicos.

Entre ellos, es posible destacar el trabajo de Lanza et al. (2003), por ser el primero en analizar la relación entre el turismo y el crecimiento económico a partir de datos de un panel de 13 países de la OCDE, en el periodo comprendido entre 1977 y 1992 (aunque este estudio no puede considerarse como un auténtico análisis de datos de panel, porque no utilizó los datos de forma conjunta, sino por separado para cada país). Tomando como referencia el modelo de una pequeña economía abierta, introducido por Lucas (1988) y usando el modelo de demanda casi ideal, los autores cuestionaron el papel del turismo en el crecimiento económico a largo plazo, debido a que el potencial de productividad de este sector era menor que el de otros sectores. A pesar de ello, llegaron a la conclusión de que, a largo plazo, la especialización de un país en el turismo no es perjudicial para el crecimiento económico.

Poco después y desde una perspectiva metodológica muy distinta, Eugenio-Martín et al. (2004) analizaron la relación entre el turismo y el crecimiento económico mediante el uso de una muestra de datos entre 1985 y 1998, para 21 países de América

Latina. En esos países, los ingresos por turismo tenían diferente peso relativo en el ingreso per cápita: alto (7), medio (11) y bajo (3). Utilizando el estimador de Arellano-Bond para paneles dinámicos, los resultados empíricos del estudio mostraron que el desarrollo del turismo podía haber contribuido al crecimiento económico de los países de ingresos bajos o medianos, mientras que la relación no estaba clara en los países desarrollados.

En 2006, Algieri (2006) retomó el estudio de Lanza et al. (2003), presentando nuevos resultados que eran mucho más concluyentes. El autor analizó 25 países especializados en turismo y con altos ratios de crecimiento en ingresos per cápita. Utilizando también el modelo creado por Lucas (1988), el autor concluyó que el ratio de crecimiento del sector turístico superaba al del sector manufacturero cuando la elasticidad de sustitución entre ellos era menor que 1. El autor incluso calculó, que un incremento por encima del 1% en el PIB mundial, podría generar un aumento de los ingresos por turismo que estaría cercano al 5,8%. El sector del turismo era, por lo tanto, muy sensible a las coyunturas macroeconómicas mundiales.

En relación con la importancia de la heterogeneidad entre los países incluidos en la muestra estudiada, Fayissa et al. (2008) analizaron la relación entre el crecimiento y el turismo en una muestra de 42 países del África subsahariana con industrias turísticas muy heterogéneas. También introdujeron otras variables económicas representativas de los factores tradicionales del crecimiento económico. Con el fin de abordar el problema de la heterogeneidad de la muestra, los autores utilizaron métodos de estimación basados tanto en los efectos fijos como en los aleatorios. Además, reestimaron el modelo utilizando el método de momentos de Arellano-Bond (2002) con autocorrelación, lo que les permitió tener en cuenta la naturaleza endógena de las

variables tradicionales de crecimiento utilizando variables instrumentales. Los resultados fueron concluyentes: un incremento del 10% en el gasto del turismo internacional se tradujo en un aumento del 0,4% en el PIB per cápita.

Considerando también el problema de la heterogeneidad, el trabajo de Lee y Chang (2008) analizó la relación entre el crecimiento y el turismo para los países de la OCDE y no OCDE, utilizando mínimos cuadrados ordinarios de Pedroni (2000) para paneles heterogéneos (también llamados mínimos cuadrados ordinarios completamente modificados –*FMOLS*– de Phillips y Hansen, 1990 para sistemas cointegrados). Llegaron a la conclusión de que el desarrollo del turismo tenía un fuerte impacto en el PIB, tanto en los países de la OCDE como en los que no lo son, y mostrando, eso sí, que la relación era unidireccional en los países de la OCDE y bidireccional en los países no pertenecientes a la OCDE. También destacaron la especial influencia del turismo sobre el aumento del PIB en los países subsaharianos.

En el mismo año, Sequeira y Nunes (2008) analizaron la relación entre el turismo y el crecimiento económico mediante el uso de dos estimadores que se consideran complementarios: el estimador *GMM* introducido por Blundel-Bond (1998) y el estimador *LSDV* corregido por Bruno (2005). Aplicaron estos estimadores a una amplia muestra de países divididos en grupos según el grado de especialización en el sector turístico de los distintos países. El primer estimador (*GMM*) es más adecuado para muestras más grandes y refleja los efectos de endogeneidad que varían con el tiempo; el segundo estimador (*LSDV*) tiene en cuenta la endogeneidad debido a los efectos fijos, lo que es más consistente en las muestras más pequeñas de países. Los resultados del estudio llevaron a los autores a concluir que el tamaño del país no era condicionante para que la especialización turística impulsara el crecimiento económico.

Por el contrario, la especialización del país en este sector, sí era una herramienta muy útil para desarrollar el crecimiento económico en los países pobres, ya que los resultados indicaban que un incremento de un 1% en la proporción de ingresos turísticos sobre el PIB incrementaba entre un 0,03% – 0,05% la tasa de crecimiento de la producción. Teniendo en cuenta estos resultados, los autores sugirieron dos líneas de investigación interesantes. Una, dirigida a explorar la relación entre el turismo y los determinantes tradicionales de crecimiento económico (por ejemplo, el capital humano). Otra, centrada en analizar los factores determinantes del crecimiento del turismo, con especial atención al cálculo de la productividad en las empresas turísticas.

Proenca y Soukiazis (2008) contrastaron la convergencia de la renta per cápita entre un grupo de países del sur de Europa con una larga tradición como destino turístico, mediante el uso de un enfoque de convergencia condicional. Los resultados confirmaban la hipótesis inicial.

Superando el análisis por países, Soukiazis y Proenca (2008) estudiaron la relación entre el crecimiento y el turismo y la existencia de convergencia regional en Portugal entre 1993 y 2001. Utilizando la nomenclatura de unidades territoriales estadísticas de la Unión Europea, los autores concluyeron que un incremento del 1% en la capacidad de alojamiento, condujo a un aumento del 0,1% de la renta per cápita en las regiones portuguesas clasificadas como NUTS III (entre 800.000 y 150.000 habitantes). Consecuentemente, aumentó la tasa anual de convergencia de la renta per cápita del 6,5% al 6,8% en el período estudiado. Del mismo modo se confirmó un impacto positivo para las regiones portuguesas NUTS II (de 3.000.000 a 800.000 habitantes).

También desde un punto de vista regional, y desde una perspectiva de turismo internacional, Cortés-Jiménez (2010) analizó el efecto del turismo sobre el crecimiento

económico de Italia y España, para el período de 1990 a 2004, centrando su estudio en las regiones de ambos países y considerando no sólo el efecto del turismo internacional, sino también el del nacional. Asimismo, planteó si el turismo podría ser considerado un factor relevante de convergencia regional. Para ello, realizó una clasificación de las regiones en tres tipos: regiones costeras, regiones de interior y regiones con costa mediterránea. Los resultados del estudio, aplicando técnicas de datos de panel dinámicas similares a las del estudio previo analizado, mostraron que tanto para las regiones costeras como para las regiones de la costa mediterránea, el turismo internacional y el nacional eran importantes factores de convergencia económica regional. Sin embargo, en las regiones del interior sólo se mostró relevante el turismo nacional.

Ese mismo año, Narayan et al. (2010) analizaron nuevamente si la hipótesis *TLG* se podía verificar en países pequeños que estaban fuertemente especializadas en turismo, en particular en un grupo de islas del Pacífico. Utilizando el test de cointegración de datos de panel de Pedroni (2000), se verificó un impacto fuerte, significativo y a largo plazo del turismo en el PIB en las cuatro islas. Sin embargo, los autores señalaron que había ciertos factores que limitaban los efectos del turismo en el crecimiento: la fuerte dependencia de las importaciones de alimentos (que representan un freno importante en el efecto multiplicador del sector turístico), los desastres naturales, la inestabilidad política y un déficit de infraestructuras públicas. Un año más tarde, un estudio similar realizado por Seetanah (2011) testó la hipótesis *TLG* en un conjunto de diecinueve islas y llegó a conclusiones similares. El autor también señaló que, en comparación con los resultados de los países desarrollados, el impacto del turismo en el crecimiento de las islas, era sin duda mayor. Desde la misma perspectiva

de los estudios previos, Apergis y Payne (2012) examinaron la relación causal entre el turismo y el crecimiento económico de un grupo de nueve países del Caribe. El modelo de corrección del error de panel utilizado revelaba la causalidad bidireccional entre el turismo y el crecimiento.

Dritsakis (2012) analizó si la hipótesis *TLG* podría verificarse en siete países mediterráneos con características turísticas similares, centrándose también en el examen de la relación entre el desarrollo del turismo y el crecimiento económico en varios países. El documento se diferenció de estudios anteriores, en que se aplicó una nueva técnica de cointegración de panel heterogéneo para volver a investigar los movimientos a largo plazo. Los resultados mostraron que había evidencia sólida de relaciones de cointegración de panel entre el desarrollo turístico y el PIB en este caso, y que los ingresos por turismo tenían un elevado impacto en el PIB de los siete países del Mediterráneo.

En 2012, dos nuevos estudios han analizado la relación entre el turismo y el crecimiento económico de una amplia muestra de países divididos en diferentes grupos. Ekanayake y Long (2012) consideraron un panel de 140 países en desarrollo, divididos en seis regiones (Oriente Lejano, Europa, América Latina, Oriente Medio y Norte de África, Oriente Próximo y África Subsahariana) para el período 1995-2009. El estudio no encontró ninguna evidencia que sirviera de soporte a la hipótesis *TLG* para la muestra, ni para ningún grupo de países. Caglayan et al. (2012) consideraron un panel de 135 países divididos en once grupos. Los resultados del estudio indicaban una causalidad bidireccional en Europa; una causalidad unidireccional desde el crecimiento económico hacia el turismo en los Estados Unidos y América Latina y Caribe; una dirección inversa de causalidad en el Este asiático, el sur de Asia y Oceanía; y ausencia

de causalidad en Asia, Oriente Medio y África del Norte, Asia central y África Subsahariana.

Con el fin de estudiar la relación entre el turismo y el crecimiento con mayor profundidad, se han publicado algunos nuevos estudios, que contribuyeron al análisis de la hipótesis a través de nuevos enfoques metodológicos o a través de la inclusión de nuevas variables.

Así, en 2010, Adamou y Clerides (2010) colaboraron en esa dirección aportando nuevas pruebas, al permitir que la relación entre el turismo y el crecimiento económico tomara una forma no lineal. Analizaron la relación entre los ingresos por turismo y el crecimiento económico en una muestra de 162 países en el período de 1980 a 2005, con especial atención a la especialización de los países en las actividades turísticas. Encontraron que la especialización en el turismo estaba asociada a mayores tasas de crecimiento económico, aunque de forma decreciente. Por lo tanto, la alta especialización reducía la contribución del turismo al crecimiento económico. En la medida en que supere un cierto umbral de especialización, el turismo se convertía en un obstáculo para el crecimiento. Alcanzado ese punto de especialización avanzado, era mejor para los países desarrollar otras actividades alternativas. Por lo tanto, el turismo podía generar crecimiento económico en las primeras etapas de la especialización, para poco a poco disminuir sus efectos posteriormente.

Santana-Gallego et al. (2010) exploraron la importancia de los efectos potenciales sobre el comercio, el turismo y el crecimiento, de la adopción de una moneda común. La dirección de la investigación fue si una moneda común (MC) podía aumentar los ingresos a través del comercio internacional y el turismo. Analizaron en primer lugar los efectos de la MC en el turismo y el comercio, en segundo lugar los

efectos de la apertura del comercio y del turismo en el crecimiento económico, y tercero el impacto de la MC sobre el comercio, el turismo y los ingresos. La muestra incluyó datos de 179 países divididos en tres grupos por niveles de ingreso. Los resultados mostraron que había un efecto considerable de la moneda común en el comercio y el turismo, que ambas variables podían tener un efecto significativo en el nivel de ingreso de los países, especialmente en las economías de medianos y elevados ingresos. Por último, los resultados destacaban la importancia de la unión monetaria en términos de comercio y turismo.

Holzner (2011) llevó a cabo un amplio análisis con datos de 143 países. El estudio tuvo tres objetivos principales. En primer lugar, analizar si el turismo era capaz de fomentar el crecimiento de un país, en segundo lugar estudiar si el turismo se asociaba con un posible proceso de desindustrialización, y tercero analizar el efecto de algunos factores que podían afectar a la verificación de la hipótesis *TLG*.

Inicialmente, la investigación se basó en un estudio trasversal entre países, pero más adelante se analizaron los resultados mediante la aplicación de técnicas de datos de panel. Al final, se estimó una función de producción translog. Los resultados del análisis transversal señalaron que los países especializados en turismo crecieron más rápido que los demás y que también tendieron a mostrar un mayor nivel de educación entre las clases trabajadoras. Los resultados del análisis de datos de panel sugirieron que el turismo tuvo un impacto positivo sobre la producción agregada de las naciones. La estimación de la función translog mostró la existencia de una relación de complementariedad entre el capital turístico y el capital físico. Por lo tanto, el autor consideraba necesario complementar las políticas de promoción del turismo con otras



políticas destinadas a reforzar otras actividades económicas y otros tipos de capital, especialmente las infraestructuras.

Nissan et al. (2011) analizaron la relación entre el turismo y el crecimiento económico para el caso de Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Japón, Países Bajos, España, Suecia, el Reino Unido y los EE.UU., para el período 2000-2005. Estimaron un modelo de oferta, incluyendo el sector turístico como un factor de productividad en la función de producción. También consideraron los factores o variables que tenían un efecto relevante en el turismo, sobre todo el efecto de retroalimentación de los ingresos del turismo, aunque también la actividad empresarial y la oferta monetaria. Los resultados sugirieron que el turismo, medido como el gasto turístico en el país, aumentaba el crecimiento económico. Pero también tenían un efecto positivo sobre el turismo, el espíritu empresarial y los ingresos. Además, ellos concluyeron que una política monetaria expansiva tendría un efecto negativo en el turismo, ya que conllevaba el aumento de los precios.

Por último, cabe señalar el estudio de Marrocu y Paci (2011), quienes examinaron, dentro de un marco de estimación espacial, que el turismo fluye como determinante de la productividad total de los factores regionales. Se aplicó el análisis a una muestra de 199 regiones europeas pertenecientes a los países miembros de la UE-15, más Suiza y Noruega. Los resultados empíricos mostraron que los flujos turísticos mejoraban la eficiencia regional. Los autores consideraron que los flujos turísticos eran un canal de difusión del conocimiento que podía ser aprovechado por las empresas locales para obtener información sobre las preferencias de los consumidores y este nuevo conocimiento permitía a las empresas locales, o al menos a parte de ellas, mejorar

su eficiencia y, en consecuencia, a nivel agregado, mejorar la productividad y el crecimiento regional.

## 2.5. ANÁLISIS DE CORTE TRANSVERSAL

Con la finalidad de eliminar de las estimaciones realizadas anteriormente, los efectos derivados del ciclo económico y de los posibles cambios estructurales, algunos economistas han utilizado datos de corte transversal en el análisis de la relación entre el crecimiento y el turismo. Sin embargo, el uso de esta técnica es cuestionable. Todas las variables se miden en el mismo momento y esto genera que no podamos probar la predeterminación con el test de causalidad de Granger. En Herzer y Vollmer (2011) se resumen una serie de críticas a estos modelos. En primer lugar, el análisis transversal supone implícitamente una estructura económica común a través del país y por tanto, los estimadores de panel homogéneos utilizados, producen estimaciones inconsistentes y potencialmente engañosas de los valores medios de los parámetros en los modelos dinámicos, cuando los coeficientes de pendiente difieren entre las unidades de corte transversal, como se indica en Pesaran y Smith (1995). En segundo lugar, el análisis transversal sufre problemas de endogeneidad y la aplicación de variables instrumentales puede dar lugar a resultados falsos.

Por último, el análisis transversal utiliza los datos promediados en el tiempo para eliminar los efectos del ciclo económico, no obstante, como se indica en Ericsson et al. (2001), eso puede provocar una correlación contemporánea espuria entre los datos promediados en el tiempo. Por otra parte, Banerjee y Duflo (2003) sostienen que los datos trasversales son deficientes debido a las diferencias en la estructura cultural, el nivel de tecnología y las instituciones financieras. Sin embargo, un análisis de cointegración para un solo país no sufre de tales críticas. Los estudios que utilizan esta metodología se presentan en la Tabla 2.6 del Anexo.

Brau et al. (2007) aplicó esta metodología a una muestra de datos de 143 países para el período entre 1980 y 2003, teniendo cuidado de diferenciar los pequeños países, los miembros de la OCDE, los países productores de petróleo y los países especializados o no en el turismo. Sus resultados revelaron que los países pequeños crecieron más rápido cuando estaban especializados en el turismo.

Usando también un análisis transversal, Singh (2008) estudió la existencia de la relación entre el turismo y el crecimiento, centrándose en una muestra más reducida de 37 pequeñas islas en desarrollo. Este estudio se dividió en dos partes. Por un lado, el autor analizó la relación entre el desarrollo económico y el gasto turístico per cápita a través de una estimación econométrica y, por otro, estudió los efectos multiplicadores de un incremento en el gasto turístico. En general, se encontró que la relación entre el gasto y el desarrollo es positiva, pero el impacto disminuía si no era lo suficientemente grande, debido a un efecto multiplicador limitado en la economía, dado que los diferentes sectores económicos estaban, en general, insuficientemente relacionados.

Ese mismo año, Po y Huang (2008), con el propósito de estudiar las relaciones no lineales entre el crecimiento económico y el turismo, seleccionaron una muestra de 88 países, que dividieron en tres grupos de acuerdo con el valor del porcentaje de sus ingresos del turismo con respecto al PIB. Los resultados mostraron que cuando esta variable estaba por debajo de 4,05% o por encima de 4,73%, se manifestaba una relación positiva significativa entre el crecimiento del turismo y el crecimiento económico. De otra parte, sin embargo, la hipótesis *TLG* no se puso de manifiesto.

Por último, es posible mencionar el estudio de Figini y Vici (2010), que ofrece una revisión de las investigaciones anteriores. Este estudio trató de explicar el efecto del turismo sobre el crecimiento, dividiendo su análisis en varios períodos y mediante el

control de la diferenciación de los países en función de su pertenencia a un grupo específico (miembros de la OCDE, países productores de petróleo y países pequeños), en relación con una categoría específica de países pequeños y en relación con su grado de especialización en el turismo. Los autores concluyeron que no existía evidencia empírica que mostrase que la especialización de un país en el turismo contribuyese a su crecimiento económico. El efecto positivo del primero sobre el segundo era típico de la década de 1980, pero a partir de la década de 1990 la relación se debilitó. En opinión de los autores, esto puede estar relacionado con el hecho de que el crecimiento económico durante la década de 1980 se logró a costa de los recursos naturales, que ahora están desapareciendo lentamente. En consecuencia, los autores no consideraban que la explotación del turismo fuese la panacea que pudiese impulsar el crecimiento y el desarrollo en los países en desarrollo.

## 2.6. DISCUSIÓN

Después de revisar los principales estudios dedicados al análisis de la relación entre el turismo y el crecimiento económico, se pueden sintetizar algunas ideas que pretenden explicar el sentido de la causalidad de esta relación y los factores de los que depende.

Las Tablas 2.1, 2.2 y 2.3 reflejan las fortalezas, las debilidades, las conclusiones y las cuestiones interesantes obtenidas a partir del análisis previo de los diferentes apartados.

La Tabla 2.1 muestra que la mayoría de los estudios se basan en series temporales y se refirieren a una única economía. Se han analizado un total de 62 estudios de este tipo. De éstos, 40 apoyan la hipótesis *TLG*, 12 revelan la existencia de una relación biunívoca entre las dos variables, 8 corroboran la hipótesis inversa y 2 no identifican ninguna relación entre ellas.

Muchos de estos estudios comparten una estructura metodológica similar, aunque el enfoque econométrico de las investigaciones más recientes es evidentemente más complejo. De hecho, una de las debilidades detectadas en estos análisis está relacionada con la escasa inclusión de variables que expliquen la relación entre el crecimiento y el turismo. Sólo doce de estos estudios incluyeron variables adicionales que no fuesen el indicador de turismo, el crecimiento y la tasa de cambio. Y de esos doce, sólo seis incluyeron variables determinantes del crecimiento como el capital físico y el humano, como ya se hizo, a pesar de su temprana elaboración, en el análisis de Durbarry (2004). En esta dirección, como se señala en Cortés-Jiménez y Pulina (2010),

estas variables representan una contribución decisiva al crecimiento y no deben ser excluidas del análisis, si se quiere mostrar adecuadamente la manera en que el turismo también contribuye a ello. Todos los estudios que incluyen aquellas variables adicionales confirman la existencia de una relación entre el turismo y el crecimiento que apoya la hipótesis *TGL*. Sin embargo, hay algunas cuestiones interesantes que vale la pena comentar.

La primera de ellas se refiere a la importancia del peso del turismo en la economía del país como factor determinante del grado en el que el éste afecta el crecimiento económico. El trabajo de Gunduz y Hatemi-J (2005) ya apuntaba en esa dirección cuando se llegó a la conclusión de que, si el peso del turismo en la economía es elevado, su efecto sobre el crecimiento económico será mayor. Esta misma idea fue utilizada más tarde por Brida et al. (2011a) y Kaplan et al. (2008) para justificar la contribución del turismo al crecimiento en sus estudios. He y Zheng (2011) y Tang y Jang (2009) también utilizaron esta conclusión para justificar la falta de pruebas del efecto del turismo sobre el crecimiento económico en los EE.UU. y en Sichuan (China), lo que justifican en base a que el sector turístico tiene un peso limitado en esas economías. En general se acepta que si el peso del turismo en la economía es alto, la economía se articulará en torno a ese sector. Así, cuando aumenta el turismo, esto afectará directamente a los otros sectores relacionados con él y, en consecuencia, a la economía en su conjunto, y la generación de crecimiento económico debido a los ingresos por turismo se habrá aprovechado al máximo.

De hecho, uno de los elementos que puedan afectar a la relación entre las variables consideradas es la manera en la que esté articulada la actividad productiva de cada país. En este sentido, Kim et al. (2006) indicaron que la estructura de la producción

de Taiwan -basada en gran medida en pequeñas y medianas empresas- es una de las causas de que el turismo afecte positivamente al crecimiento económico del país. Mientras que la estructura productiva de Corea del Sur -basada en grandes empresas- justifica la no verificación de la hipótesis *TLG* en ese país. Además, otros autores han resaltado la importancia de la estructura interna y de los sectores integrados en ella, y han subrayado que la magnitud de los efectos del turismo en el crecimiento dependerá de esos sectores y subsectores. En este sentido, algunos estudios, como los de Tang (2011) y Tang y Jang (2009), concluyen que la magnitud de la relación entre el turismo y el crecimiento depende de los submercados analizados. Por lo tanto, la validación de la hipótesis en cada país dependerá de su especialización en un submercado u otro.

Además, otros estudios, como los de Kim et al. (2006) o Nowak et al. (2007), hicieron hincapié en la orientación de los países hacia el mercado internacional. En general se considera que una de las vías por las que el turismo puede generar el crecimiento es a través de la utilización de los ingresos obtenidos. Los ingresos pueden permitir la importación de productos tecnológicamente avanzados que favorezcan el crecimiento económico. Desde este punto de vista, el efecto del turismo sobre el crecimiento está determinado por el volumen de los ingresos que se utiliza para financiar la economía.

Por otra parte, uno de los temas presentes en estos estudios es la dependencia de la relación de causalidad de las variables exógenas, tales como la estabilidad política, las crisis económicas, las epidemias, los desastres naturales y el terrorismo. Estas variables pueden afectar a la relación en un momento determinado y, por esta razón, como Lee y Chien (2008) indicaron, deben ser consideradas en el análisis. Por ello, los



estudios deben incluir al menos una variable que represente la incertidumbre (Arslanturk, 2011 y Chen y Chiou-Wei, 2009).

Además, estudios recientes tienden a incorporar un marco temporal de los efectos del turismo en el crecimiento, diferenciando entre el largo y el corto plazo. Las funciones de impulso-respuesta y de otro tipo son integradas por tanto para mostrar que estos efectos no son uniformes en el tiempo. Sin embargo, los resultados de estos estudios difieren. Mientras Brida et al. (2009b) mostraron un impacto inicial negativo del turismo en el crecimiento económico que se vuelve posteriormente positivo a largo plazo, Jin (2011) evidencia un impacto inicial positivo y un efecto negativo en el largo plazo. Sin embargo, mediante el uso de metodologías alternativas y medias móviles, Lean y Tang (2010) encontraron que los efectos positivos persisten. Schubert et al. (2010) llegaron a la misma conclusión después de aplicar un modelo de crecimiento diferente en su estimación. Del mismo modo, los estudios recientes se centran en las fluctuaciones cíclicas (Eeckels et al. 2012) y los mecanismos de transmisión de choque (Massidda y Mattana, 2013). En cualquier caso, el marco temporal parece ser relevante para el análisis, y en este sentido, el uso de períodos demasiado cortos puede no ser aconsejable o no reflejar adecuadamente la relación entre las dos variables.

Por último, en relación a estos estudios, es posible observar cómo el interés se centró inicialmente en el análisis de si el efecto del turismo en el crecimiento dependía de la dimensión del país. Esta es la razón por la cual muchos estudios se realizaron sobre pequeñas economías o grupos de islas y por la que se compararon los efectos en países de tamaño similar o diferente. Sin embargo, parece que, en principio, el tamaño no determina la verificación de la hipótesis de *TLG*, otras características lo hacen, pero éstas se pueden encontrar tanto en los países pequeños como en los grandes.

**Tabla 2.1. Fortalezas, debilidades, conclusiones y cuestiones interesantes en estudios basados en series temporales**

<b>Series Temporales</b>
<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Método pionero en este tipo de investigación.</li> <li>+ Mayor muestra de estudios realizados (62).</li> <li>+ Menor complejidad en la recopilación y tratamiento econométrico de los datos.</li> </ul>
<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Simplicidad relacional entre variables.</li> <li>+ Posible ausencia de potenciales variables explicativas significativas.</li> </ul>
<p><b>Conclusiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ 40 informes apoyan la conexión unívoca Turismo-Crecimiento Económico.</li> <li>+ 12 concluyen con una relación biunívoca Turismo-Crecimiento Económico.</li> <li>+ 8 conectan Crecimiento Económico-Turismo.</li> <li>+ 2 afirman que no hay relación entre ambas variables.</li> </ul>
<p><b>Temas de interés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Relevancia de la especialización del país en turismo en el grado en el que el turismo afecta el crecimiento</li> <li>+ El descenso al nivel de submercados dentro del sector turístico con el fin de probar la hipótesis de TLG</li> <li>+ El comercio internacional, en general, y las importaciones de bienes de capital, en particular, aparecen como los catalizadores del crecimiento económico fomentado por el turismo</li> <li>+ Fuerte influencia de variables exógenas, tales como: la estabilidad política, la crisis económica, las enfermedades, los desastres naturales y el terrorismo</li> <li>+ Posible efecto marginal decreciente del turismo en el crecimiento económico con el paso del tiempo</li> <li>+ El pequeño tamaño del país parece ampliar el efecto sobre el crecimiento económico causado por el turismo</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 2.2 recoge las principales ideas que se pueden extraer de los estudios basados en datos de panel. En este caso, el número de estudios es más pequeño (sólo 20), aunque se refieren a un mayor número de países y, en este sentido, sus análisis pueden considerarse más globales. De estos estudios, 14 apoyaron la hipótesis *TLG*, 4 apreciaron relaciones bi-unívocas entre las variables y 1 verificó la hipótesis inversa. Tan solo uno llegó a la conclusión de que no existe relación entre las variables.

En estos estudios, a diferencia de los otros basados en series temporales, la relación entre el PIB y el turismo no está aislada, porque se consideran también otras variables que son esenciales para el crecimiento. Muchos de estos estudios incluyen variables como el capital económico, el empleo o el capital humano. En este sentido, presentan una ventaja ya que permiten, en determinados casos, analizar cómo la relación entre las variables puede afectar a la manera en que el turismo incide en el crecimiento. En esta dirección, algunos estudios concluyen que la inversión pública puede influir en la relación entre las variables (Narayan et al. 2010) o mostrar la existencia de complementariedades entre el capital y el turismo (Holzner, 2011).

La inclusión de más variables añade complejidad al análisis econométrico, que se ha refinado y mejorado en los últimos estudios. Los problemas de endogeneidad se han analizado mediante la introducción de variables instrumentales y estimaciones dinámicas. Por otro lado, el uso de muestras más amplias de países aumenta la heterogeneidad de los datos y obliga a hacer frente a esta cuestión de forma adecuada desde el punto de vista econométrico. Por esa razón, los estudios que presentan diversas estimaciones alternativas son ahora comunes.

Las materias interesantes derivadas de estos estudios están relacionadas con los temas tratados para el caso de los estudios basados en series temporales. Por un lado,

dado el enfoque de los estudios de series temporales sobre el tamaño de la economía o grado de especialización en la actividad turística del país, muchos estudios de datos de panel utilizan submuestras por especialización o tamaño. Al parecer, el tamaño no afecta a la relación entre el turismo y el crecimiento (Lanza et al. 2003; Sequeira y Nunes, 2008), pero el grado de especialización en el turismo sí es un hecho relevante (Adamou y Clerides, 2010; Holzner, 2011; Narayan et al. 2010; Sequeira y Campos, 2005; Sequeira y Nunes, 2008). Estos autores consideran que cuanto más se especializa un país en el turismo, mayor es el efecto que tiene la evolución positiva del turismo en el crecimiento del PIB. Sin embargo, este efecto no puede ser constante en el tiempo, de modo que, como se indica en Adamou y Clerides (2010), cuanto mayor es la especialización mayor es el crecimiento (pero a una tasa decreciente). En consecuencia, después de alcanzar un determinado grado de especialización en el turismo, el país necesita desarrollar otras actividades. Esto también se pone de manifiesto por Holzner (2011), al analizar las relaciones de complementariedad entre el turismo y el capital económico o el capital humano. En resumen, estas variables deben ir de la mano.

Además, estos estudios también analizaron si el grado de desarrollo puede influir en la verificación de la hipótesis *TLG*. En este sentido, parece que hay evidencia a favor de la hipótesis de que el turismo genera mayor crecimiento en los países con un nivel de ingresos más bajo que en países con mayor nivel de renta (Eugenio-Martín et al. 2004; Lee y Chang, 2008; Seetanah, 2011; Sequeira y Campos, 2005). Por otro lado, los dos estudios que toman como referencia a regiones en lugar de países, llegaron a la conclusión de que el turismo puede ser considerado un factor de convergencia (Cortés-Jiménez, 2010; Soukiazis y Proenca, 2008).

Por último, podemos mencionar que estos estudios evidencian la fuerte sensibilidad del turismo a la situación macroeconómica mundial, los fenómenos meteorológicos adversos o la inestabilidad política (Algieri, 2006; Narayan et al. 2010).

**Tabla 2.2. Fortalezas, debilidades, conclusiones y cuestiones interesantes en estudios basados en datos de panel**

<b>Datos de Panel</b>
<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Mayor amplitud en: variables explicativas, muestra de países y período temporal de análisis.</li> <li>+ Mayor profundidad en las relaciones entre las variables.</li> </ul>
<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Complejidad econométrica derivada del empleo de muchas variables y de la heterogeneidad de los datos.</li> <li>+ Alta sensibilidad de los resultados a la estimación econométrica.</li> </ul>
<p><b>Conclusiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ 14 informes apoyan la conexión unívoca entre turismo y crecimiento económico.</li> <li>+ 4 concluyen que existe una relación biunívoca entre turismo y crecimiento económico.</li> <li>+ 1 estudio demuestra relación entre crecimiento económico y turismo.</li> <li>+ 1 estudio afirma que no hay relación entre las dos variables.</li> </ul>
<p><b>Temas de interés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ El tamaño del país no es un factor determinante, aunque la especialización sí.</li> <li>+ Hay una fuerte sensibilidad frente a la coyuntura macroeconómica, los fenómenos meteorológicos adversos y la inestabilidad política.</li> <li>+ Enorme potencial como instrumento de convergencia económica interregional.</li> <li>+ Posible crecimiento económico marginal decreciente según aumente la especialización turística en el país.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, la Tabla 2.3 resume las principales ideas que se pueden extraer de los estudios que utilizan datos de corte transversal. El número de estudios en esta categoría es más pequeño. Hay sólo cuatro, y tres de ellos apoyaron la hipótesis *TLG*, mientras que el restante no encontró ninguna evidencia a favor de una relación entre las variables. La principal ventaja de este tipo de análisis es que permite eliminar los efectos del ciclo económico y de posibles cambios estructurales en la muestra de datos. Sin embargo, estos estudios sólo analizaron las relaciones simples entre las variables y no incluyeron las variables que determinan el crecimiento.

Los resultados, que están en consonancia con los obtenidos en los estudios descritos anteriormente, subrayaron una vez más la importancia de la especialización del país o región en el turismo para la verificación de la hipótesis *TLG* y el efecto temporal de la incidencia del turismo en el crecimiento.

**Tabla 2.3. Fortalezas, debilidades, conclusiones y cuestiones interesantes en estudios de datos de corte transversal**

<b>Datos de Corte Transversal</b>
<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Eliminación de los efectos del ciclo económico y de los cambios estructurales.</li> <li>+ Muestra amplia de países.</li> </ul>
<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Simplicidad de las relaciones entre las variables.</li> <li>+ Ausencia de potenciales variables explicativas significativas.</li> </ul>
<p><b>Conclusiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ 3 informes apoyan la conexión unívoca entre turismo y crecimiento económico.</li> <li>+ 1 afirma que no hay relación entre ambas variables.</li> </ul>
<p><b>Temas de interés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ La intensidad del efecto de crecimiento está en conexión con la estructura económica del país: a mayor especialización en turismo mayor crecimiento económico.</li> <li>+ Crecimiento económico marginal decreciente por el transcurso del tiempo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

## 2.7. CONCLUSIONES

Este capítulo ofrece un informe descriptivo de la evidencia empírica que analiza la relación entre el turismo y el crecimiento económico. De una muestra de 86 estudios, 57 señalaron una relación unívoca entre el turismo y el crecimiento económico, 16 identificaron una relación biunívoca, 9 indicaban que la conexión fluía desde el crecimiento económico hacia el turismo y, por último, 4 no identificaron ningún tipo de relación entre ellos. Sin embargo, estos resultados empíricos son muy sensibles a la selección del modelo de especificación y a las técnicas econométricas utilizadas. En general, muestran que el turismo contribuye al crecimiento económico, pero la magnitud de este efecto difiere notablemente, no sólo entre los estudios, sino también entre las distintas estimaciones obtenidas en el mismo estudio. Por lo tanto, puede ser apropiado, para determinar la magnitud de esta contribución, utilizar el cálculo de medidas globales basadas en la evidencia científica publicada. Para este fin, se proponen técnicas de metaanálisis para futuras investigaciones, debido a que permiten la síntesis / integración cuantitativa de las numerosas estimaciones obtenidas en estudios previos, así como determinar cómo ciertos enfoques metodológicos influyen en los valores obtenidos en estas estimaciones. No obstante, a pesar de estas limitaciones, es posible extraer algunas conclusiones.

En primer lugar, se observa que desde el primer estudio empírico en el año 2002, ha habido una evolución hacia el uso de técnicas más refinadas, como se desprende de los últimos trabajos analizados. Sin embargo, como se afirma en Sugihara et al. (2012), un reconocimiento creciente de la prevalencia y la importancia de un comportamiento no lineal requiere un mejor criterio para evaluar la causalidad. En este sentido, puede ser



conveniente tener en cuenta en futuras investigaciones la existencia de la dinámica no lineal en la cuestión de *TLG*, mediante la aplicación de una prueba de causalidad de Granger no lineal.

En segundo lugar, en relación con el (pequeño) tamaño de un país, aunque el tamaño apareció como un factor crítico en la primera serie de estudios sobre la base de series temporales, más tarde y en estudios más sofisticados basados en datos de panel, esta conexión se contradice. Sin embargo, la relación entre el crecimiento económico y el grado de especialización del país en el sector turístico fue reconocida. No obstante, esta conexión muestra una tendencia marginal decreciente conforme crece el grado de especialización.

En tercer lugar, también es importante destacar el potencial del turismo para lograr la convergencia económica interregional, que se mostró en los estudios a nivel regional. Sin embargo, pocos estudios han analizado la relación entre el turismo y el crecimiento económico a nivel regional. Por lo tanto, puede resultar conveniente avanzar en esta línea de investigación a nivel regional.

En cuarto lugar, la vulnerabilidad del sector turístico a un gran número de variables exógenas (estabilidad política, epidemias, catástrofes naturales, terrorismo o crisis económicas mundiales) también es digna de mención.

En quinto lugar, en general se considera que una de las vías por las que el turismo puede generar crecimiento es a través de la utilización de los ingresos obtenidos. El comercio internacional, en general, y las importaciones de bienes de capital, en particular, aparecen como los catalizadores del crecimiento económico impulsado por el turismo. Por lo tanto la mayoría de las contribuciones se han centrado

en los flujos del turismo internacional, ya que representan una fuente adicional de ingresos externos para la nación. Otro canal considerado ha sido la estimulación de los vínculos entre la industria. Recientemente, también se han considerado otros canales por los que el turismo puede generar crecimiento, pero todavía son pocos.

Finalmente, algunos estudios sugieren que el crecimiento económico marginal generado por el turismo tiende a disminuir con el paso del tiempo, posiblemente debido al agotamiento de los recursos naturales, al efecto de “cansancio psicológico” (fatiga turística) o a la falta de un ajuste adecuado entre el crecimiento del turismo y otros factores complementarios, como el capital económico y el capital humano. Son necesarios más estudios que analicen este tema.

En resumen, los estudios muestran que existe una relación de causalidad entre el turismo y el crecimiento económico, y que el peso del turismo en la economía del país es un factor determinante del grado en el que el turismo afecta el crecimiento económico. Sin embargo, no son concluyentes acerca de cómo ocurre esto y de cuáles son sus efectos. En este sentido, la mejora de las técnicas utilizadas, la inclusión de nuevas variables en los estudios, el análisis de las relaciones de complementariedad entre el turismo y otras variables económicas y los estudios a nivel local y regional puede ser futuras líneas de investigación.

**REFERENCIAS CAPITULO II**

- Adamou, A., y Clerides, S. (2010). Prospects and limits of tourism-led growth: The international evidence. *Review of Economic Analysis*, 3, 287-303.
- Ahmed, J., y Kwan, A.C. (1991). Causality between exports and economic growth. *Economics Letters*, 37, 243-248.
- Algieri, B. (2006). International tourism specialization of small countries. *International Journal of Tourism Research*, 8, 1-12.
- Amaghionyeodiwe, L.A. (2012). A causality analysis of tourism as a long-run economic growth factor in Jamaica. *Tourism Economics*, 18 (5), 125-1133.
- Apergis, N., y Payne, J.E. (2012). Tourism and growth in the Caribbean –evidence from a panel error correction model. *Tourism Economics*, 18(4), 449-456.
- Archer, B. (1976). *Demand Forecasting in Tourism*, Occasional Papers in Economics, 9, Bangor: University of Wales Press.
- Archer, B. (1995). Importance of tourism for the economy of Bermuda. *Annals of tourism Research*, 22(4), 918-930.
- Arellano, M., y Bond, S. (2002). *Panel Data Estimation using DPD*. Oxford: Nuffield College.
- Arslanturk, Y., Balcilar, M., y Ozdemir, Z.A. (2011). Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28, 664-671.

- Arslanturk, Y., y Atan, S. (2012). Dynamic relation between economic growth, foreign exchange and tourism incomes: An econometric perspective on Turkey. *Journal of business, Economics & Finance*, 1(1), 30-37.
- Balaguer, J., y Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Banerjee, A. V., y Duflo, E. (2003). Inequality and growth: what can the data say? *Journal of economic growth*, 8(3), 267-299.
- Barómetro OMT. (2012). Recuperado el 11 de Noviembre de 2012 de: <http://www.e-unwto.org/content/rn1422/?p=38d57aa6eb5c4c44a59cf663ca52cad2&pi=3>
- Belisle, F., y Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents. *Annals of tourism research*, 8, 83-97.
- Belloumi, M. (2010). The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 50–560.
- Bhagwati, J., y Srinivasan, T. (1979). Trade policy and development in Dornbunsch, R., y Frenkel, J. (eds). *International Economic Policy: Theory and Evidence*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1-35.
- Blundel, R., y Bond, S. (1998). *GMM estimation with persistent panel data: an application to production functions*. Paper presented at the Eighth International Conference on Panel Data. Göteborg University, June 11-12.

- Brau, R., Lanza, A., y Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980-2003. *Tourism Economics*, 13(4), 603-613.
- Brida, J.G., Risso, W.A., y Sánchez, E.J. (2008a). Tourism's impact on long-run Mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21), 1-8.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., y Risso, W.A. (2008b). Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay, *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 481-492.
- Brida, J.G., Barquet, A., y Risso, W.A. (2009c). Causality between economic growth and tourism expansion: empirical evidence from Trentino-Alto Adige. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(2), 87-98.
- Brida, J.G., Pereyra, S.J., Risso, W.A., Such M.J., y Zapata-Aguirre, S. (2009b). The tourism-led growth hypothesis: empirical evidence from Colombia. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(2), 13-27.
- Brida, J.G., y Risso, W.A. (2009a). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 178-185.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., Lionetti, S., y Risso, W.A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16 (3), 765–771.
- Brida, J.G., y Risso, W.A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(1), 14-28.

- Brida, J. G., Monterubbianesi, P.D., y Zapata-Aguirre, S. (2011a). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-159.
- Brida, J.G., Punzo, L.F., y Risso, W.A. (2011b). Tourism as a factor of growth: the case of Brazil. *Tourism Economics*, 17(6) ,1375-1386.
- Bruno, G. (2005). Approximating the bias of the LSDV estimator for dynamic unbalanced panel data models. *Economic Letters*, 87, 361-66.
- Caglayan, E. Sak, N., y Karymshakov, K. (2012). Relationship between tourism and economic growth: A panel Granger causality approach. *Asian Economic and Financial Review* 2(5), 591-602.
- Capó, J., Riera Font, A., y Rosselló Nadal, J. (2007a). Tourism and long-term growth. A Spanish perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 709-726.
- Capó, J., Riera Font, A., y Rosselló Nadal, J. (2007b). Dutch disease in tourism economics: Evidence from the Balearics and the Canary Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 615-627.
- Cazes, G. (1992). *Tourisme et tiers-monde: Un bilan controversé*, Paris: L'Harmattan.
- Chen, C-F. y Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.

- Cortés-Jiménez, I. (2010). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10, 12-139.
- Cortés-Jiménez, I., Nowak, J., y Sahli, M. (2011) Mass beach tourism and economic growth: lessons from Tunisia. *Tourism Economics*, 17(3), 531-547.
- Cortés-Jiménez, I., y Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth *Current Issues in Tourism*, 13(1), 61-74.
- Croes, R., y Vanegas Sr., M. (2008). Cointegration and causality between tourism and poverty reduction. *Journal of Travel Research*, 47, 94-103.
- Davis, D., Allen, J., y Consenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Demiröz, D.M., y Ongan, S. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Ekonomický časopis*, 09, 880-894.
- Dolado, J.J., y Lütkepohl, H. (1996). Making Wald tests work for cointegrated VAR system. *Econometric Reviews*, 15(4), 369-386.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.

- Dritsakis, N. (2012). Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: a panel data approach. *Tourism Economics*, 18(4), 801-816.
- Durbarry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 862-865.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389-401.
- Dwyer, L., Forsyth, P., y Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Annals of Tourism Research*, 25, 307-317.
- Eeckels, B., Filis, G., y León, C. (2012). Tourism income and economic growth in Greece: empirical evidence from their cyclical components. *Tourism Economics*, 18(4), 817-834.
- Ekanayake, E.M., y Long, A.E. (2012). Tourism development and economic growth in developing countries. *The International Journal of Business and Finance Research*, 6(1), 51-63.
- Ericsson, N.R., Irons, J.S., y Tryon, R.W. (2001). Output and inflation in the long-run. *Journal of Applied Economics*, 16, 241-253.
- Eugenio-Martín, J.L., Morales, N.M., y Scarpa, R. (2004). *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach*. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro 26.



- Fayissa B., Nsiah C., y Tadasse B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), 807-818.
- Figini, P., y Vici, L. (2010). Tourism and Growth in a Cross-Section of Countries. *Tourism Economics*, 16(4), 789-805.
- Fletcher, J.E., y Archer B. (1991). The Development and Application of Multiplier Analysis in Cooper, C.P. (Ed.). *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* 1, London: Belhaven.
- Ghali, M. (1976). Tourism and economic growth an empirical study, *Economic Development and Cultural Change*, 24(3), 527-538.
- Giles, J.A., y Williams, C.L. (2000a). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results, part 1. *Journal of International Trade and Economic Development*, 9(4), 265-341.
- Giles, J.A., y Williams, C.L. (2000b). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results, part 2. *Journal of International Trade and Economic Development*, 9(4), 445-470.
- Gocovali, U. (2010). Contribution of Tourism to economic growth in Turkey. *An International Journal and Tourism and Hospitality Research*, 21 (1), 139-153.
- Granger, C. (1988). Some recent developments in a concept of causality. *Journal of Econometrics*, 39, 99-211.
- Gray, H.P. (1970). *International Arrivals: International Trade*. Lexington, MA: D.C. Heath.

Gunduz, L., y Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, 12, 499-504.

Hazari, B. R., y Sgro, P. M. (1995). Tourism and Growth in a Dynamic Model of Trade. *Journal of International Trade & Economic Development*, 4, 243-52.

He, L-H., y Zheng, X-G. (2011). Empirical analysis on the relationship between tourism development and economic growth in Sichuan. *Journal of Agricultural Science*, 3(1), 212-217.

Helpman, E., y Krugman, P. (1985). *Market Structure and Foreign Trade*. Cambridge: MIT Press.

Herzer, D., y Vollmer, S. (2012). Inequality and growth: evidence from panel cointegration. *The Journal of Economic Inequality*, 10(4), 489-503.

Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32, 922-933.

Husein, J., y Murat Kara, S. (2011). Research note: Re-examining the tourism-led growth hypothesis for Turkey. *Tourism Economics*, 17(4), 917-924.

Hye, A. y Khan, A. (2013). Tourism-led growth Hypothesis: a case study of Pakistan. *Asia Pacific Journal Tourism Research*, 17 (4), 303-313.

Ivanov, S., y Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379-388.

Jin, J.C. (1995). Export-led growth and the four little dragons. *The Journal of International Trade and Economic Development*, 4, 203-215.

- Jin, J.C. (2011). The Effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, XX(X), 1-8.
- Johansen, S. (1995). *Likelihood-based inference in cointegrated vector autoregressive models*, Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, P., y Ashworth, J. (1990). Modelling Tourism Demand: A Summary Review. *Leisure Studies*, 9(2), 145-60.
- Kadir, N., y Jusoff, K. (2010). The cointegration and causality tests for tourism and trade in Malaysia. *International Research Journal of Finance and Economics*, 2(1), 138-143.
- Kaplan M., y Celik, T. (2008). The impact of tourism on economic performance: the case of Turkey. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 2(1),13-18.
- Katircioglu, S.T. (2007). Tourism, trade and growth: the case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.
- Katircioglu, S.T. (2009a). Revising the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17-20.
- Katircioglu, S.T. (2009b) Testing the tourism-led growth hypothesis: The case of Malta. *Acta Oeconomica*, 59(3), 331-343.

- Katircioglu, S.T. (2010a). Testing the tourism-led growth hypothesis for Singapore – an empirical investigation from bounds test to cointegration and Granger causality tests. *Tourism Economics*, 16(4), 1095-1101.
- Katircioglu, S.T. (2010b). International Tourism, Higher Education and Economic Growth: The Case of North Cyprus. *The World Economy*, 33(12), 1955-1972.
- Katircioglu, S. (2011). Tourism and Growth in Singapore. New extension from bounds test to level relationship and conditional Granger causality tests. *The Singapore Economic Review*, 56(3), 441-453.
- Keintz, R.M. (1971). A study of the demand for international travel to and from the United States. *American Economist*, 15(1), 137-38.
- Khalil, S., Mehmood K.K., y Waliullah, K. (2007). Role of tourism in economic growth: Empirical evidence from Pakistan economy. *The Pakistan Development Review*, 46(4), Part II, 985-995.
- Khan, H., Rex, T.S., y Chua, L. (2005). Tourism and trade: cointegration and Granger causality tests. *Journal of Travel Research*, 44,171-176.
- Khan, H., Seng, C., y Cheong, W. (1990). Tourism multipliers effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 408-418.
- Kim, H. J., Chen, M. H., y Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.
- Kim, S.S., y Wong, K.K.F. (2006). Effects of news shock on inbound tourism demand volatility in Korea. *Journal of Travel Research*, 44, 457-466.

- Kreishan, F.M.M. (2010). Tourism and economic growth: The case of Jordan. *European Journal of Social Sciences*, 15(2), 63-68.
- Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, 188-292.
- Kulendran, N., y Wilson, K. (2000). Is there a relationship between international trade and international arrivals? *Applied Economics*, 32(8), 1001-1009.
- Kumar, R.R., y Kumar, R. (2012). Exploring the nexus between information and communications technology, tourism and growth in Fiji. *Tourism Economics*, 18(2), 359-371.
- Kwan, A.C., y Cotsomotis, J. (1991). Economic growth and the expanding export sector: China 1952-1985. *International Economic Review*, 5, 105-117.
- Lanza, A., y Pigliaru, F. (2000). Tourism and economic growth: does country's size matter? *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 47, 77-85.
- Lanza, A., Temple, P., y Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: an econometric analysis for 13 OCDE economies. *Tourism Management*, 24, 315-321.
- Lean, H.H., y Tang, C.F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for Malaysia? A note. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 375-378.
- Lee, C.-C., y Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look to panels. *Tourism Management*, 29, 80-192.

- Lee, C-C., y Chien, M-S. (2008). Structural breaks, tourism development, and growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77, 358-368.
- Lionetti, S., y Gonzalez, O. (2012). On the relationship between tourism and growth in Latin America. *Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 15-24.
- Lorde, T., Francis, B., y Drakes, L. (2011). Tourism Services exports and economic growth in Barbados. *The International Trade Journal*, 25(2), 205-232.
- Louca, C. (2006). Income and expenditure in the tourism industry: time series evidence from Cyprus. *Tourism Economics*, 12(4), 603-617.
- Lucas, R.E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- Malik, S., Chaudhry, I.S., Sheikh, M.R., y Farooqi, F.S. (2010). Tourism, economic growth and current account deficit in Pakistan: Evidence from co-integration and causal analysis. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 22, 1450-2275.
- Marin, D. (1992). Is the export-led hypothesis valid for industrialized countries? *Review of Economics and Statistics*, 4, 678-688.
- Marrocu, E., y Paci, R. (2011). They arrive with new information. Tourism flows and production efficiency in the European regions. *Tourism Management*, 32, 750-758.

- Massidda, C., y Mattana, P. (2013). A SVECM Analysis of the Relationship between International Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy. *Journal of Travel Research*, 52(1), 93-105.
- McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constrain in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388-409.
- Mishra, P.K., Rout H.B., y Mohapatra, S.S. (2011). Causality between tourism and economic growth: Empirical evidence from India. *European Journal of Social Sciences*, 18(4), 518-527.
- Narayan, P.K., Narayan, S., Prasad, A., y Prasad, B.C. (2010). Tourism, and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. *Tourism Economics*, 16(1), 169-183.
- Nissan, E., Galindo, M.A., y Méndez, M.T. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Servic Industries Journal*, 31(19), 1567-1572.
- Nowak, J-J., Sahli, M., y Cortés-Jiménez, I. (2007). Tourism, capital goods imports and economic growth: theory and evidence for Spain. *Tourism Economics*, 13(4), 515-536.
- Obadiah, N.K, Odhiambo, N.M., y Njuguna, J.M. (2012). Tourism and Economic Growth in Kenya: An empirical investigation. *International Business & Economics Research Journal*, 11(5), 517-528.
- Odhiambo, N.M. (2011). Tourism development and economic growth in Tanzania: Empirical Evidence from the ARDL-Bounds Testing Approach. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies and Research*, 45(3), 71-83.

- Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
- Oludele, A., y Braimoh, L. (2010). International tourism and economic development in South Africa: a Granger causality test. *International Journal of Tourism Research*, 12, 149-163.
- Payne, J.E., y Mervar, A. (2010). The tourism–growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16(4), 1089–1094.
- Pedroni, P. (2000). Fully Modified OLS for heterogeneous cointegrated panels. *Advances in Econometrics*, 15, 93–130.
- Pesaran, M., Shin, H., y Smith, R.J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Pesaran, M.H., y Smith, R. (1995). Estimating long-run relationships from dynamic heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 68, 79-113.
- Phillips, P.C.B., y Hansen. B. (1990). Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with 1(1) Processes. *Review of Economic Studies*, 57, 99-125.
- Po, W.-C., y Huang, B.-N. (2008). Tourism development and economic growth, a nonlinear approach. *Physica A*, 387, 5535-5542.
- Pradhan, B.K., y Subramanian, A. (2003). On the stability of demand for money in a developing economy: some empirical issues. *Journal of Development Economics*, 72, 335-351.



- Proenca, S., y Soukiazis, E. (2008). Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), 791-806.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., Pérez-Rodríguez, J., y Cortés-Jiménez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism? *The World Economy*, 33(12), 1811-1835.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., y Pérez-Rodríguez, J. (2011). Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis. *Empirical Economics*, 41, 533-554.
- Schubert, F.S., Brida, J.G., y Risso, W.A. (2010). The impacts of international Tourism demand on economic growth of small economies dependent of tourism, *Tourism Management*, 32 (2), 377-385.
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.
- Sengupta, J.K., y Espana, J.R. (1994). Exports and economic growth in Asian NICs: an econometric analysis for Korea. *Applied Economics*, 26, 41-51.
- Sequeira, T. N., y Campos, C. (2005). International Tourism and Economic Growth. *Natural Resources Management*, 14, 1-25.
- Sequeira, T.N., y Nunes, P.M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431-2441.

- Sheldon, P.J. (1990). A Review of Tourism Expenditure Research in Cooper, C.P. (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management 2*, London: Belhaven.
- Sinclair, M.T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1-51.
- Singh, D.R. (2008). Small island developing states (SIDS). Tourism and economic development. *Tourism Analysis*, 13, 629-636.
- Soukiazis, E., y Proenca, S. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal: A panel data analysis at NUTS II and III levels. *Portuguese Economic Journal*, 7(1), 43-61.
- Srinivasan, P.K, Kumar, S., y Ganesh, L. (2012). Tourism and economic growth in Sri Lanka. *Environment and Urbanization*, 3(2), 397-405.
- Sugihara, G., May, R., Ye, H., Hsieh, C. H., Deyle, E., Fogarty, M., y Munch, S. (2012). Detecting causality in complex ecosystems. *Science*, 338(6106), 496-500.
- Surugiu, C., y Surugiu, M.R. (2013). Is the tourism sector supportive of economic growth? Empirical evidence on Romanian tourism. *Tourism Economics*, 19(1), 115-132.
- Tang, C.F. (2011). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Malaysia? A view from disaggregated tourism markets. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 97-101.

- Tang, C.F., y Abosedra, S. (2013). Small sample evidence on the tourism-led growth hypothesis in Lebanon. *Current Issues in Tourism*, doi: 10.1080/13683500.2012.732044.
- Tang, H.C-H., y Jang, S.S.C. (2009). The tourism-economy causality in the United States: A sub-industry level examination. *Tourism Management*, 30, 553-558.
- Thornton, J. (1997). Exports and economic growth: evidence from 19<sup>th</sup> century Europe, *Economics Letters*, 55, 235-240.
- Toda, H.Y., y Yamamoto, T. (1995). Statistical inferences in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66, 225-250.
- Turner, L.W., y Witt, S.F. (2001). Factors influencing the demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modeling, revisited. *Tourism Economics*, 7(1), 21-38.
- Uysal, M., y Gitelson, R. (1994). Assessment of economic impacts: Festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 3-10.
- Vanegas Sr, M., y Croes, R.R. (2003). Growth, development and tourism in small economy: evidence from Aruba. *International Journal of Tourism Research*, 5, 315-330.
- Webber, S. (2000). Exchange rate volatility and cointegration in tourism demand. *Journal of Travel Research*, 39 (4), 398-405.
- West, G.R. (1993). Economic significance of tourism in Queensland. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 490-504.

Xu, Z. (1996). On the causality between export growth and GDP growth: an empirical reinvestigation. *Review of International Economics*, 4(2), 172-184.

Zortuk, M. (2009). Economic impact of tourism on Turkey's economy: evidence from cointegration tests. *International Research Journal of Finance and Economics*, 25, 231-239.

## ANEXO CAPÍTULO II

**Tabla 2.4. Estudios que muestran la relación entre turismo y crecimiento económico: series temporales**

<b>Autores</b>	<b>Año</b>	<b>Países</b>	<b>Período</b>	<b>Variables</b>	<b>Causalidad</b>
Ghali	1976	Hawaii	1953-1970	Ingreso personal, Crecim. turismo	T→Y
Balaguer y Cantavella-Jordá	2002	España	1975-1997	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Dritsakis	2004	Grecia	1960-2000	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T↔Y
Durbarry	2004	Mauritania	1952-1999	Ingresos turísticos, Stock capital, Capital Humano, Export. de azúcar y Export. manufactureras	T→Y
Demiröz y Ongan	2005	Turkía	1980-2004	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T↔Y
Gunduz y Hatemi	2005	Turkía	1963-2002	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Oh, C-O	2005	Corea del Sur	1975-2001	PIB, Ing. Turismo	Y→T
Kim et al.	2006	Taiwan	1956-2003	PIB, Llegadas turistas	T↔Y
Louca	2006	Chipre	1975-2001	Ingresos industria turística, Gasto en hoteles, restaurantes y publicidad, Turismo internacional.	T↔Hoteles↔Ingreso
Katircioglu	2007	Chipre	1960-2005	PIB, Turismo internacional, Comercio internacional, Exportaciones, Importaciones	Y→Comercio Y →T Comercio→T

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Nowak et al.	2007	España	1960-2003	PIB, Ing. Turismo, Importaciones bienes industriales y maquinaria	T→ Capital Importaciones→Y
Khalil et al.	2007	Pakistan	1960-2005	GDP, Ing. Turismo	T↔Y
Capo et al.	2007	Islas Baleares Islas Canarias	1965-2000	Ingresos, Stock Capital y factor Trabajo	T→Y
Lee y Chien	2008	Taiwan	1959-2003	PIB, Ing. Turismo, Turismo Internacional, Tipo cambio	T↔Y
Kaplan y Celik	2008	Turkey Turkia	1963-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.(a)	2008	Mexico	1980-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.(b)	2008	Uruguay	1988-2006	PIB, Ing. Turismo de Uruguay, Ing. Turismo de Argentina, Tipo cambio	T→Y
Vanegas et al.	2008	Nicaragua	1980-2004	GDP, Ing. Turismo, Tipo cambio PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.(a)	2009	Chile	1988-2008	PIB, Ing. Turismo de Uruguay, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.(b)	2009	Colombia	1988-2008	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.(c)	2009	Trentino-Alto Adige	1980-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Katircioglu	2009a	Turkey	1960-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	-----
Katircioglu	2009b	Malta	1960-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T↔Y

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Zortuk	2009	Turkey	1990-2008	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Tang y Jang	2009	USA	1981-2005	PIB, Ing. Ventas (aerolínea, casino, hotel, restaurante), Tipo cambio	Y→aerolínea, casino, hotel, restaurante
Cheng y Chiou-Wei	2009	Taiwan Corea del Sur	197-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y Taiwan T↔Y Corea del Sur
Payne y Mervar	2010	Croacia	2000-2008	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	Y→T
Katircioglu (a)	2010	Singapore	1960-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Katircioglu (b)	2010	Norte de Chipre	1977-2007	PIB, Turismo alojam. oficial, Tipo cambio y Capital Humano (CH)	T→Y CH→Y
Cortés-Jiménez y Pulina	2010	Italia España	1964-2000	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio, Capital Físico y Humano	T→Y Italia T↔Y España
Belloumi	2010	Túnez	1970-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Kreishan	2010	Jordan	1970-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Mishra et al.	2010	India	1978-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Malik et al.	2010	Pakistan	1972-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida y Risso	2010	Tyrol	1980-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al.	2010	Colombia	1990-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Gokovali	2010	Turquía	1985-2005	PIB, Ing. Turismo, Trabajo, Capital	T→Y

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Lean y Tang	2010	Malasia	1989-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	Y→T
Schubert et al.	2010	Antigua y Barbuda	1970-2008	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T↔Y
Oludele y Braimoh	2010	Sudáfrica	1980-2005	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio y Exportaciones	T→Y
Tang	2011	Malasia	1995-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y A veces Y→T Siempre
He y Zheng	2011	Sichuan (China)	1990-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	Y→T
Arslanturk	2011	Turquía	1963-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Husein y Kara	2011	Turquía	1964-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Jin	2011	Hong Kong	1974-2004	PIB, Ing. Turismo, tipo de cambio, Capital, Trabajo, Apertura	T→Y Sólo a c/p
Brida et al. (a)	2011	Colombia	1990-2006	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y
Brida et al. (b)	2011	Brasil	1965-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	-----
Kreishan	2011	Jordan	1970-2009	PIB, Ing. Turismo, Ingresos Turismo	T→Y
Cortés-Jiménez et al.	2011	Túnez	1975-2007	PIB, Ing. Turismo, Importaciones	Y→T
Odhiambo	2011	Tanzania	1980-2008	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	Y→T
Lorde et al.	2011	Barbados	1974-2004	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T↔Y
Katircioglu	2011	Singapore	1960-2007	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio	T→Y



CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Amaghionyeodiwe	2012	Jamaica	1970-2005	PIB, Ing. Turismo	T→Y
Srinivasan et al.	2012	Sri Lanka	1969-2009	PIB, Ing. Turismo	T→Y
Obadiah et al.	2012	Kenya	1999-2012	PIB, Ing. Turismo, comercio	T→Y
Arslanturk y Atan	2012	Turquía	1987-2009	PIB, Ing. Turismo, Tipo cambio.	T→Y
Kumar y Kumar	2012	Fiji	1980-2008	PIB, Capital (K) y Stock de Trabajo, líneas de telecomunicaciones, ganancias del turismo.	K→ICT→T→Y
Eeckels et al.	2012	Grecia	1976-2004	PIB, Ing. Turismo.	T→Y
Tang y Abosedra	2013	Libano	1995-2010	PIB, Ing. Turismo.	T→Y
Surugiu y Surugiu	2013	Rumanía	1988-2009	PIB, Turismo Nacional, Consumo Turístico, Tipo de cambio.	T→Y
Hye y Khan	2013	Pakistan	1971-2008	PIB, Ing. Turismo.	T→Y
Massidda y Mattana	2013	Italia	1987-2009	PIB, Ing. Turismo, Comercio total	Comercio→T ↔Y→Comercio

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 2.5. Estudios que muestran la relación entre turismo y crecimiento económico: datos de panel**

<b>Autores</b>	<b>Año</b>	<b>Países</b>	<b>Período</b>	<b>Variables</b>	<b>Causalidad</b>
Lanza et al.	2003	13 países OCDE	1977-1992	Gasto Turístico, Gasto Total, Precio Productos Manufacturados, Precios del Turismo	Y→T
Eugenio-Martín et al.	2004	21 Países Latinoamericanos	1985-1998	PIB, Turismo Internacional, Inversión, Gasto Público en Educación, Índice de Estabilidad Política. Índice de Corrupción Política	T→Y en países renta baja y media
Algieri	2006	25 países	1990-2003	PIB, Ingresos Turismo, Índice Precios, Coste Transporte	Y →T si elasticidad sustitución < 1  Y →T
Fayissa et al.	2008	42 países subsaharianos	1995-2004	Ingresos Turísticos. PIB. Nivel libertad Económica, Inversión, Inversión Directa Exterior, Consumo Hogares.	T→Y
Lee y Chang	2008	23 países OCDE y 32 no OCDE	1990-2002	PIB, Ingresos Turísticos, Tipo Cambio, Turismo Internacional	T→Y OCDE  T↔Y no OCDE
Sequeira y Nunes	2008	94 países	1980-2002	PIB, Turismo Internacional, Ingresos Turismo/PIB, Inversión, Gasto Público, Medida Distorsión Mercado, Apertura, Expectativa Vida, Riesgo, Inflación	T→Y  Especialización turismo es un importante factor determinante del crecimiento económico. El efecto del turismo se reduce cuando se consideran los países pequeños.
Proenca y Soukiazis	2008	4 países del sur de Europa	1990-2004	PIB, Ingresos por Turismo, Proporción de la Inversión real del PIB, Población, Tasas de Crecimiento de Tecnología	T→Y
Soukiazis y Proenca	2008	Regiones portuguesas	1993-2001	PIB, Ingresos turismo, Capacidad Hotelera Sector Turístico	T→Y

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Cortés-Jiménez	2010	Regiones italianas y españolas	1990-2004	PIB, Inversión, Capital Humano, Gasto Público, Estancia Media, Turismo Nacional e Internacional.	T→Y en regiones costeras para el turismo nacional e internacional  T→Y  En regiones interiores para el turismo nacional
Narayan et al.	2010	4 Islas del Pacífico	1980-2005	PIB, Ingresos Turismo, Turismo Internacional.	T→Y
Adamou y Clerides	2010	162 países	1980-2005	PIB, 12 Variables (Ingresos Turismo, Crecimiento Turismo Internacional, Crecimiento Ingresos turísticos, Expectativa de vida, Gasto Público.....)	T→Y  La especialización en el turismo se suma a la tasa de crecimiento económico de un país, pero lo hace a un ritmo decreciente
Santana-Gallego et al.	2010	179 países	1995-2006	PIB, Turismo Internacional, Crecimiento. Población, Capital Humano, Apertura al Comercio, Tipo Cambio, Moneda Común	T→Y  Comercio→Y
Seetanah	2011	19 islas. Extendido a 20 países en desarrollo y 10 desarrollados	1995-2007	PIB, Turismo Internacional, Capital Físico y Humano, Apertura, Índice Libertad Económica	T↔Y  El desarrollo del turismo en las economías de las islas puede tener efectos sobre el crecimiento comparativamente más altos
Holzner	2011	143 países	1970-2007	PIB, Ingresos Turismo, Capital físico y Humano, Tipo cambio, Apertura, Impuestos	Los países con mayor proporción de ingresos por turismo en el PIB crecen más rápido que los demás. El capital físico y el capital del turismo son complementarios.

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

Nissan et al.	2011	11 países	2000-2005	PIB, Gasto turístico, Inversión pública y privada, Capital Humano, Espíritu Empresarial, Oferta Monetaria.	T↔Y E→T  OM tiene efectos negativos en T
Marrocu y Paci	2011	199 Regiones europeas	1985-2006	Productividad Total Factores, Flujos de Turismo, Capital Social, Capital Humano, Capital Tecnológico, Infraestructuras Públicas, Dependencia Espacial	T→PTF
Apergis y Payne	2012	9 países caribeños	1999-2004	PIB, Turismo Internacional y Tipo Cambio.	T↔Y
Dritsakis	2012	7 países mediterráneos	1980-2007	PIB, Turismo Internacional e Ingresos Turismo, Tipo cambio	T→Y
Ekanayake y Long	2012	140 países desarrollados	1995-2009	PIB, Ingresos Turismo, Capital Físico y Trabajo.	-----
Caglayan et al.	2012	135 países	1995-2008	PIB, Ingresos Turismo	En América, Latinoamérica y Caribe,  En el Este y Sur de Asia, Oceanía,  En resto regiones

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2.6. Estudios que muestran la relación entre turismo y crecimiento económico: corte transversal**

<b>Autores</b>	<b>Año</b>	<b>Países</b>	<b>Periodo</b>	<b>Variables</b>	<b>Causalidad</b>
Brau et al.	2007	143 países	1980-2003	PIB, Ingresos Turismo	Los estados pequeños crecen rápidamente sólo cuando están altamente especializados en el turismo
Singh	2008	37 Islas	2006	PIB, Ingresos Turismo	T→Y
Po y Huang	2008	88 países	1995-2005	PIB, Ingresos Turismo	Sólo para ciertos niveles de ingresos por turismo internacional, como porcentaje del PIB
Figini y Vici	2010	150 países	1980-2005	PIB, Ingresos Turismo	----

Fuente: Elaboración propia.

## **CAPÍTULO III**

### **LA RELACIÓN ENTRE TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO MEDIANTE DATOS DE PANEL: UNA SISTEMATIZACIÓN DE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA BASADA EN EL METAANÁLISIS**

Este capítulo ofrece un metaanálisis de una muestra seleccionada de 87 estimaciones de estudios basados en técnicas de datos de panel y publicados hasta 2012. El objetivo es obtener una medida resumen de los efectos del turismo en el crecimiento económico mediante la aplicación de modelos de efectos fijos y aleatorios. Los resultados muestran una elasticidad positiva entre el turismo y el PIB, aunque la magnitud de esa elasticidad, varía según el procedimiento metodológico empleado para las estimaciones empíricas en los 87 estudios originales. En este sentido, cuando las estimaciones no incluyen otras variables explicativas del crecimiento económico, las elasticidades están sobrevaloradas.

### 3.1. INTRODUCCIÓN: ASPECTOS METODOLÓGICOS

El turismo ha atraído relativamente poca atención en la literatura académica sobre el desarrollo económico hasta prácticamente la década pasada. El objetivo principal de las publicaciones sobre los efectos económicos de la actividad turística, ha sido fundamentalmente medir sus efectos directos e indirectos sobre las economías locales y regionales (Pearce y Butler, 2010). De este modo, como se apunta en Sinclair (1998), la mayoría de los estudios sobre turismo publicados durante la segunda mitad del s. XX, no tenían como tema prioritario analizar el papel del turismo en el desarrollo económico. Fundamentalmente, se centraban en otras cuestiones como son: la utilización de los ingresos derivados de divisas por turismo para importar bienes de capital con los que producir bienes y servicios (McKinnon, 1964); que el turismo podía favorecer el empleo o la generación de ingresos fiscales adicionales (Belisle y Hoy, 1980; Davis et al. 1988; Durbarry, 2002; Khan et al. 1990; Uysal y Gitelson, 1994); que el turismo podía inducir al crecimiento económico, al mejorar la eficiencia de los recursos mediante la competencia (Bhagwati y Srinivasan, 1979; Krueger, 1980); o bien, que el turismo posibilita la explotación de economías de escala a nivel local (Helpman y Krugman, 1985).

Como se ha avanzado en el capítulo anterior, los modelos teóricos que consideran una relación causal entre el turismo y el crecimiento económico son un fenómeno relativamente reciente (Kim et al. 2006). Lanza y Pigliaru (2007) fueron los primeros en investigar esta relación desde un punto de vista empírico, mientras Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) fueron los pioneros en analizar la hipótesis *TLG*, (turismo genera crecimiento económico) desde el punto de vista econométrico. Desde

entonces, se ha publicado un número cada vez mayor de artículos con el mismo objetivo, para diferentes países, aplicando diferentes metodologías y obteniendo resultados diversos.

De acuerdo con lo expuesto en el capítulo anterior, la mayoría de los estudios, entre los que cabe citar, los de Brida y Risso (2009), Dritsakis (2004), Durbarry (2004), Gunduz y Hatemi (2005), Katircioglu (2007, 2009, 2010), Kim et al. (2006), Lee y Chien (2008), Oh (2005) y Ongan y Demiröz (2005), se basan en series temporales y se refieren a economías nacionales. Otros estudios de series temporales que ratifican también esa hipótesis, son los de Arslanturk et al. (2011), Brida et al. (2010), Chen y Chiou-Wei (2009), Jin (2011) y Lean y Tang (2010), entre otros.

La hipótesis *TLG* también ha sido investigada utilizando análisis de datos de corte transversal. Entre los estudios publicados, los de Figini y Vici (2010), Lanza y Pigliaru (2007), Po y Huang (2008) y Singh (2008) son particularmente relevantes.

Finalmente, un tercer grupo de estudios sobre la hipótesis *TLG* utiliza la técnica econométrica de datos de panel, aplicable al estudio de un tema con múltiples variables (sujetos o elementos), que presentan observaciones durante un período de tiempo definido (Hsiao, 2003). El número de estudios relacionados con la hipótesis *TLG* que utilizan datos de panel es menor que el que usa series temporales, ya que al estar realizados para una muestra de países más amplia y con un número más elevado de variables, permite extraer resultados con los que obtener conclusiones a nivel más global a partir de un número más reducido de estimaciones (Lee y Chang, 2008).

En resumen, la hipótesis *TLG*, ha sido analizada a través de diferentes enfoques empíricos de los que se han obtenido resultados diversos, sin que hasta el momento se



haya publicado ninguna síntesis cuantitativa de esos resultados. En este sentido, el metaanálisis realizado en este capítulo puede llenar ese vacío de conocimiento, ya que tiene como objetivo la identificación sistemática, valoración, síntesis y agregación estadística de los estudios sobre un mismo tema, siguiendo un método explícito y predeterminado (Delgado-Rodríguez, 2001).

Nuestro objetivo es aplicar el método del metaanálisis a estudios empíricos publicados que analizan la hipótesis *TLG* utilizando datos de panel. Estos estudios tienden a ser más recientes y proporcionar estimaciones globales sobre la base de muestras amplias de países, como se indica en Lee y Chang (2008). Por lo tanto, este análisis permite extraer conclusiones genéricas que sean válidas a nivel internacional. En este sentido, el método de datos de panel, examina la relación entre el PIB y el turismo teniendo en cuenta, además, otras variables que también son esenciales para el crecimiento económico.

El metaanálisis como técnica nació en 1976 de la mano de Gene V. Glass (Glass, 1976). El propósito básico de un metaanálisis es proporcionar a una revisión sistemática de literatura el mismo rigor metodológico que el que se requiere para llevar a cabo una investigación experimental (Rosenthal, 1995). A pesar de ser una técnica relativamente reciente, su uso se ha extendido a diferentes disciplinas científicas, como las Ciencias Sociales y del Comportamiento (Castillo-Manzano y Castro-Nuño, 2012; Cooper y Hedges, 1994; Lipsey y Wilson, 2001; Petticrew y Roberts, 2006; Schulze, 2004) y particularmente al campo de las Ciencias de la Salud (Eddy et al. 1995; Egger et al. 2001; Sutton et al. 2000).

En el caso de los estudios de crecimiento y desarrollo económico, la técnica del metaanálisis se ha utilizado con anterioridad al presente trabajo, con el objetivo de

integrar las conclusiones sobre los efectos de las políticas fiscales (Nijkamp y Poot, 2004; Phillips y Goss, 1995), la influencia de las condiciones de desigualdad de ingresos o de estructuras políticas (De Dominicis et al. 2008; Doucouliagos y Ulubaşoğlu, 2008), la contribución del capital social al crecimiento económico (Westlund y Adam, 2010), el crecimiento de la población (Headey y Hodge, 2009), y la eficacia de la ayuda económica al desarrollo (Doucouliagos y Paldan, 2008).

En el sector turístico, se pueden encontrar aplicaciones generales relacionadas con la investigación del turismo (Dann et al. 1988), previsión del turismo (Calantone et al. 1987), y más concretamente en estudios sobre el impacto económico del turismo (Wagner, 2002). Metaanálisis de particular importancia en este terreno, fueron los realizados sobre multiplicadores de los ingresos del turismo (Baaijens et al. 1998.), multiplicadores regionales de turismo (Baaijens y Nijkamp, 2000), y demanda turística (Crouch, 1995; Lim, 1999). Más recientemente, se han publicado trabajos aplicados a campos concretos del sector turístico, como el de Carlsen y Boksberger (2011) sobre turismo del vino, Weed (2009) sobre el turismo deportivo, y Sariisik et al. (2011) sobre el turismo deportivo relacionado con la vela.

### **3.1.1. Justificación del metaanálisis frente a las tradicionales revisiones narrativas de bibliografía**

La compilación del elevado volumen de evidencia científica publicada a nivel mundial en torno a cualquier temática, representa un reto para la comunidad científica. El reciente y acelerado desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) ha multiplicado los formatos virtuales electrónicos de las revistas

científicas en papel, lo que a su vez ha incrementado exponencialmente el proceso de distribución, divulgación y conocimiento de las publicaciones que en ellas se realizan, así como su accesibilidad.

Siguiendo a Botella y Gambará (2002) parece necesario, por tanto, el uso de métodos o instrumentos, que con técnicas preferentemente estadísticas, permitan extraer resultados preferiblemente cuantitativos que condensen los resultados de un amplio listado de estudios primarios previos sobre un determinado asunto (Sanchez-Meca y Marín-Martínez, 2008). Y que además, posibiliten una revisión crítica de la información disponible, permitiendo extraer conclusiones que respondan a una pregunta de investigación concreta, a la que los estudios individuales, en ocasiones, no pueden aportar una respuesta definitiva. En general, la técnica del metaanálisis es especialmente útil cuando el número de estimaciones ofrecidas por los estudios primarios resulta insuficiente para extraer tendencias generales sobre un tópico específico de interés clínico o administrativo (Manrique, 2002).

En la Tabla 3.1 recogemos los diversos métodos utilizados hasta el momento, con objeto de sintetizar y evaluar la evidencia científica existente sobre un tema determinado.

**Tabla 3.1. Métodos de síntesis de bibliografía científica**

<b>Aproximación</b>	<b>Método</b>	<b>Tipo</b>	<b>Dificultad en la obtención de resultados</b>
Subjetiva	Revisiones Sistemáticas	Narrativo	++
Subjetiva	Conferencias de Consenso	Narrativo	+++
Subjetiva	Panel de expertos	Narrativo	++
Objetiva	Metaanálisis	Cuantitativo	+
Objetiva	Reanálisis datos originales	Ciencia-ficción	+++

Fuente: Elaboración propia basada en Letón y Pedromingo (2007) y Sánchez-Meca y Botella (2010).

Siguiendo a los mismos autores, las revisiones sistemáticas de literatura, consisten en elaborar un extracto sobre un tema, recopilando, ordenando y resumiendo narrativamente toda la evidencia publicada previamente sobre el mismo. Es el método más habitual para llevar a cabo recensiones sobre bibliografía científica. Los profesores Sánchez-Meca y Botella (2010), proponen las revisiones sistemáticas como una evolución de las tradicionales revisiones literarias desde un enfoque cualitativo. Esta metodología está basada en la aplicación de métodos sistemáticos y explícitos que identifican, seleccionan y valoran críticamente estudios relevantes sobre cierto tema, recogiendo y analizando los datos que se hayan incluido en la revisión (Martín et al. 2006).

En opinión de Pellegrini y Zurita (2004), las conferencias de consenso son muy frecuentes en las Ciencias Sociales, aunque, al consistir en una combinación de la

síntesis de la evidencia científica y de la interacción entre individuos resultan mucho más complejas. Es un método para la evaluación de temas que consiste en la discusión de ciertos temas entre expertos y un panel de ciudadanos. Los expertos representan las distintas visiones u opiniones técnicas sobre un tema, mientras que los ciudadanos deben ser profanos sin ningún conocimiento sobre el asunto. Según estos autores, el resultado del proceso es la elaboración de un informe consensuado, donde ambas partes expresan sus opiniones y recomendaciones.

El método basado en el denominado panel de expertos puede definirse, como la formación de un grupo de especialistas independientes y reputados en, al menos, uno de los campos afectados por el programa que va a ser evaluado. Estos expertos se reúnen y emiten un juicio colectivo y consensuado sobre dicho programa, que puede hacer referencia a la puesta en práctica del mismo y a los efectos totales o parciales derivados de la aplicación en su conjunto o de una parte ( Comisión Europea, 2013).

Como se puede apreciar en la Tabla 3.1, estas tres primeras herramientas presentan la característica común de ser subjetivas y de tener una dificultad variable, según los autores. En todas ellas el desarrollo y los resultados obtenidos son de tipo narrativo y normativo. En esa Tabla, también podemos encontrar otro bloque de técnicas de síntesis de evidencias desde un enfoque más objetivo: el reanálisis y el metaanálisis.

El reanálisis (también llamado análisis secundario) consiste en revisar los datos originales de una investigación primaria, mostrando posibles errores y/o introduciendo alguna variación en el procedimiento (Botella y Gambará, 2002). Para ello, en el reanálisis nos apoyamos en análisis primarios ya elaborados, bien para solventar posibles contradicciones, bien para hacerlos avanzar en algún aspecto o procedimiento.

En cuanto al metaanálisis, puede ser definido como una descripción comprensiva, basada en la integración y análisis científico de los resultados obtenidos en las investigaciones previas sobre un tema concreto (Botella y Gambará, 2002). Es decir, se trata de integrar de forma sistemática y estructurada los datos obtenidos de una selección de publicaciones que estudian un determinado problema, con la finalidad de realizar una estimación cuantitativa sintética de todos ellos. Lo que permitirá responder cuestiones inalcanzables para la revisión sistemática de estudios primarios (Borenstein et al. 2009), al posibilitar extraer una conclusión global a partir de todos ellos (Rosenthal y DiMatteo, 2001). Es importante señalar, además, que se aplica sobre los datos cuantitativos de los estudios, utilizando como grado de precisión la información aportada por los estadísticos relacionados con cada estimación (medias, varianzas, coeficientes de correlación, estadísticos de contraste....).

Este método, además, permite eliminar algunos inconvenientes de la revisión sistemática: la aproximación subjetiva, la naturaleza cualitativa y la influencia de la formación y experiencia previa de los revisores (Letón y Pedromingo, 2007). Incluso permite obtener respuestas más fiables que las que ninguno de los estudios individuales por separado hayan podido aportar de forma individual (Céspedes, 1995). Y resulta especialmente útil para aquellos casos en los que los estudios primarios presentan un número pequeño de observaciones, que no permiten generar conclusiones válidas (Petitti, 1994).

Las cuatro características básicas que definen al metaanálisis y que lo diferencian claramente de la revisión sistemática son (Antman et al. 1992; Botella y Gambará, 2002; Céspedes, 1995; Letón y Pedromingo, 2007; Manrique, 2002; Méndez, 2011; Sánchez-Meca et al. 2011):

+ Exhaustividad. Debe agrupar los resultados de todas las investigaciones realizadas que cumplan unos niveles de calidad mínimos establecidos por el investigador.

+ Precisión. Es mucho más preciso que las revisiones narrativas en sus afirmaciones. La cuantificación permite objetivar los resultados obtenidos, al ponderar los estudios según su tamaño y fiabilidad técnica.

+ Objetividad. La propia técnica metaanalítica obliga a explicitar todos los criterios y reglas empleados en su desarrollo, lo que coadyuva a homogenizar y objetivar los estudios reduciendo las apreciaciones subjetivas de los investigadores (Manrique, 2002).

+ Replicabilidad. Esta característica es resultado de las dos anteriores y permite la reproducción del estudio y la introducción de variaciones específicas en los criterios empleados (equilibrio parcial), para observar los resultados.

### **3.1.2. Etapas de un metaanálisis y requisitos prácticos: desde la búsqueda bibliográfica hasta la obtención e interpretación de una estimación global**

Existe una serie de etapas consideradas como básicas por la mayoría de los investigadores, para la correcta ejecución de un metaanálisis (Botella y Gambara, 2002; Letón y Pedromingo, 2007; Manrique, 2002; Sánchez-Meca y Botella, 2010):

- 1) Enunciar el problema objeto de estudio y establecer la hipótesis. Tal vez se trate del paso más importante a la hora de plantear adecuadamente un metaanálisis. Generalmente puede consistir en analizar la magnitud y sentido de la relación entre dos (o más) variables o conceptos. En esta fase se precisa definir los

conceptos no sólo de forma teórica y objetiva, sino también las variables que se tomarán como aproximaciones de la hipótesis que se intenta probar. De hecho, las definiciones operativas de los conceptos que ofrezcan los estudios primarios, pueden considerarse como un importante filtro para la inclusión-exclusión de ellos en el metaanálisis. Asimismo, hay que distinguir entre las variables fundamentales de la investigación (aquellas cuya relación se pretende estudiar) y variables potencialmente moderadoras de la hipótesis planteada.

- 2) Búsqueda de la literatura lo más completa y exhaustiva posible. Se trata de organizar el procedimiento de recogida de información, teniendo presente que las decisiones sobre si incluir o no estudios no publicados tienen consecuencias sobre la aparición de los denominados sesgos de publicación, que se explicarán con mayor detalle en un epígrafe posterior. Debemos seleccionar estudios empíricos que tengan ciertas características similares y sean compatibles con el diseño de la investigación y evitar así la heterogeneidad (Sánchez-Meca y Botella, 2010). Hay que expresar claramente los criterios utilizados para seleccionar la muestra del metaanálisis con objeto de posibilitar su replicabilidad (Botella y Gambara, 2006), así como el rango temporal objeto de estudio o el tipo de información estadística que aportan para calcular en cada caso el tamaño del efecto. La literatura especializada, recomienda llevar a cabo esta fase utilizando tanto procedimientos formales (bases de datos científicas) como informales de búsqueda (literatura gris, trabajos no publicados o de reducida difusión que tal vez abran al investigador nuevas vías relevantes relacionadas con la hipótesis del metaanálisis), utilizando determinados descriptores y palabras clave.



3) Determinación del tamaño del efecto observado. Consiste en registrar los resultados estadísticos de los estudios primarios, llevándolos a una métrica común objetiva. Entre todas las alternativas disponibles, el método más utilizado es la diferencia de medias tipificada, que se define como la diferencia entre las medias de los dos grupos, dividida por la desviación típica conjunta de ambos. En variables dicotómicas podemos utilizar los siguientes métodos:

a) La diferencia de proporciones, riesgo relativo u *odds ratio* (Sánchez-Meca y Botella, 2010):

Dada una tabla de datos que actúa como ejemplo:

	<b>Enfermos</b>	<b>Sanos</b>	<b>Total</b>
<b>Expuestos</b>	a	b	a+b
<b>No expuestos</b>	c	d	c+d
<b>Total</b>	a+c	b+d	N

Definimos diferencia de proporciones, *odds ratio* o riesgo relativo como:  
 RR= incidencia acumulada en expuestos a una variable a analizar, dividido por la incidencia acumulada en los no expuestos. Es decir:

$$RR = \frac{a/b}{c/d} \quad [1]$$

b) Otras unidades básicas de comparación pueden ser por ejemplo la  $d$  de Cohen (1988):

Definimos la  $d$  de Cohen como la diferencia entre dos medias, dividido por la desviación de los datos.

$$d = \frac{\bar{x} - \bar{y}}{s} \quad [2]$$

c) O el coeficiente de correlación de Pearson (Botella y Gambara, 2006):

El coeficiente de Pearson,  $\rho_{x,y}$ , es el resultado de dividir la covarianza de dos variables  $x$  e  $y$  ( $\sigma_{xy}$ ), entre el producto de la desviación típica de  $x$  ( $\sigma_x$ ) por la de  $y$  ( $\sigma_y$ ):

$$\rho_{xy} = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \sigma_y} \quad [3]$$

- 4) Elaborar un cuadro base para codificar los estudios. Se trata de diseñar un cuadro-resumen de la información a emplear en el metaanálisis, donde se incluirán aspectos tales como el tamaño del efecto observado, los tamaños de las muestras empleadas o las circunstancias metodológicas y/o contextuales de los estudios primarios que resulten relevantes para los resultados que se obtienen en ellos (Botella y Gambara, 2006). Otros autores (Sánchez-Meca y Botella, 2010) en clara adaptación del método a la Ciencia Médica, prefieren realizar una clasificación de las variables del estudio en categorías: variables de tratamiento (las que tienen que ver con el tratamiento analizado en la investigación), variables de los participantes (las que definen sus características), variables del

contexto (hacen referencia al lugar donde se realiza la investigación), variables metodológicas (las que tienen que ver con el diseño e instrumentación de los estudios primarios) y variables extrínsecas (con carácter externo a la investigación y aparentemente desconectadas de ellas, aunque pueden afectar a los resultados: fuente de publicación, año realización estudio, formación de los investigadores...).

Para evaluar la calidad del proceso de codificación evaluando su fiabilidad existen distintos métodos cuya idoneidad dependerá del tipo de característica que estemos utilizando en el análisis metaanalítico (Botella y Gambara, 2006):

- a) Características nominales o cualitativas: Es decir aquellas que recogen aspectos no cuantitativos de los estudios (*S* de Bennet, Bennett et al. 1954; *II* de Scott, Scott, 1955;  $\kappa$  de Cohen, Cohen, 1960).
  - b) Características ordinales: Las que estipulan un orden dentro de la característica ( $\kappa$  de Cohen, Cohen, 1960).
  - c) Características cuantitativas: Expresan valoraciones numéricas (coeficiente de correlación de Pearson).
- 5) Análisis e interpretación de los datos. Como los tamaños de los efectos varían entre sí, técnicas estadísticas como los modelos de efectos fijos y de efectos aleatorios, permiten realizar estimaciones combinadas del tamaño del efecto global así como de las variaciones en los valores observados por razones de

heterogeneidad entre los estudios primarios a partir de ciertos estadísticos y contrastes de hipótesis (Hedges y Olkin, 1985).

- 6) Elaboración del informe. Para conseguir la replicabilidad posterior del metaanálisis, se deben seguir las mismas pautas de publicación que siguen las investigaciones primarias (Botella y Gambara, 2006; Cooper, 1998; Rosenthal, 1995). Comenzaremos con una introducción, donde definiremos el objetivo del estudio, las definiciones conceptuales y operativas de las variables y las hipótesis que pretendemos probar. A continuación en el apartado metodológico incluiremos el proceso de búsqueda de los estudios incluidos en el metaanálisis, la codificación de las variables y de los tamaños del efecto así como la especificación de las técnicas estadísticas que hayamos aplicado.
- 7) En el apartado de resultados, representaremos y discutiremos los resultados de los estadísticos y contrastes aplicados. Por último, en conclusiones, además de presentar la información que hemos obtenido de nuestro estudio, deberemos incorporar indicaciones orientadoras para investigaciones futuras. Además deberemos poner a disposición del lector el detalle de todos los pasos seguidos, así como la información sobre la base de datos metaanalítica, con objeto de posibilitar su réplica en el futuro.

### **3.1.3. Modelos estadísticos para combinar los resultados individuales y análisis de heterogeneidad entre estudios**

Según Glass et al. (1981) y Lipsey y Wilson (2001), el método del metaanálisis consiste en obtener un *efecto resumen* de la combinación de diferentes estimaciones

(*tamaño del efecto*), de una muestra seleccionada de estudios, por medio de diferentes técnicas estadísticas (Chalmers et al. 2002); siendo las más habituales el modelo de efectos fijos (*FEM* del inglés “*Fixed Effects Model*”) y el modelo de efectos aleatorios (*REM* del inglés “*Random Effects Model*”).

Siguiendo un *FEM*, los estudios seleccionados se combinan con la premisa de que no hay heterogeneidad significativa entre ellos y que, según Borenstein et al. (2009), hay un *tamaño del efecto verdadero* ( $\theta$ ) que subyace en todos los estudios. La inferencia hecha sólo está condicionada por los estudios considerados, sin tener en cuenta la variabilidad entre ellos. El único factor determinante del peso de cada estudio en el metaanálisis sería su propia varianza (*varianza interna del estudio*).

La técnica para combinar los estudios según un *FEM*, conocida como el *método ponderado según la inversa de la varianza*, fue descrito por Birge (1932) y Cochran (1937). Cada tamaño del efecto está reflejado en el efecto resumen, de manera que aparece inversamente ponderado según su precisión (*peso estadístico*). Suponiendo una muestra de "*m*" estimaciones o tamaños del efecto ( $i = 1, 2, \dots, m$ ), que representa una medida del efecto analizado, llamado  $T_i$ , se puede formular un efecto global o resumen denominado  $\bar{T}$ , a partir de la expresión (4) (Borenstein et al. 2009):

$$\bar{T} = \frac{\sum w_i T_i}{\sum w_i} \quad [4]$$

Donde  $w_i$  es el peso estadístico de la estimación *i-esima*:

$$w_i = \frac{1}{v_i} \quad [5],$$

Y  $v_i$  la varianza de la estimación *i-ésima*.

La varianza del efecto resumen se formula como:

$$Var \bar{T} = \frac{1}{\sum_i} \quad [6]$$

Es posible que la variabilidad entre estudios sea superior a la esperada, debido simplemente a pura aleatoriedad, que sería detectada en primera instancia, por la hipótesis de homogeneidad. El test más utilizado fue desarrollado originalmente por Cochran (1954), a partir del cálculo del denominado parámetro  $Q$ :

$$Q = \sum \quad [7]$$

Debido a la baja fiabilidad de esta prueba, tal como exponen Takkouche et al. (1999), se recomienda realizar un *análisis de subgrupos* de los estudios con similitudes entre sí y/o utilizar procedimientos adicionales para detectar y cuantificar la posible heterogeneidad. Entre estas alternativas,  $I^2$  es un parámetro propuesto por Higgins et al. (2003), y determina la proporción de la dispersión entre estudios (*varianza entre estudios*) respecto a la dispersión total, es decir, la proporción de la variación total entre los estudios primarios debida a la heterogeneidad:

$$I^2 = \frac{\tau^2}{\tau^2 + \sigma^2} \quad [8]$$

Donde  $\tau^2$  es la varianza entre estudios y  $\sigma^2$  es la varianza interna del estudio.

Si se detecta heterogeneidad se podría utilizar un *REM* para hallar el efecto resumen (Borenstein et al. 2009). Esta técnica considera que los efectos estimados de los estudios incluidos son sólo una muestra aleatoria de todos los que son posibles.

Siguiendo a estos autores, el efecto real ( $\theta$ ) en virtud de un *REM*, podría variar de estudio a estudio. Si fuera posible llevar a cabo un número infinito de estudios, los tamaños de sus efectos reales se distribuirían alrededor de un *efecto medio* que explicaría dos posibles fuentes de variación: la interna, dentro de cada uno de los estudios (error aleatorio) y la externa existente entre los estudios (dispersión verdadera), de modo que:

$$T_i = \theta + e_i \quad [9]$$

Donde  $e_i$  es el error cuando  $T_i$  estima el efecto real  $\theta_i$ .

La varianza del efecto resumen  $\bar{T}$  vendría ahora dada por la expresión [10]:

$$Var \bar{T} = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k v_i + \tau_\theta^2 \quad [10]$$

Donde  $v_i$  es la varianza debida al error de muestreo en la estimación *i-ésima*, y  $\tau_\theta^2$  es la *varianza entre estudios*.

Aplicando el método de la varianza ponderada, explicado por la expresión [2], mediante la aplicación de un *REM*, se transformaría, obteniendo por cada efecto individual *i-ésimo* estimado, unos pesos ajustados ( $w_i^*$ ) según la expresión [11]:

$$w_i^* = \frac{1}{\frac{1}{w_i} + \tau_\theta^2} \quad [11]$$

Donde  $\tau_\theta^2$  es la varianza entre estudios y  $w_i$  el peso estadístico por cada *i-ésimo* bajo un *FEM*.

Con respecto al efecto resumen  $\bar{T}$  (es decir, un *efecto medio* obtenido a partir de una *distribución de tamaños del efecto*) y su varianza, a partir de [11] se puede calcular, respectivamente:

$$\bar{T} = \frac{\sum \tau_i}{\sum w_i} \quad \text{y} \quad \sigma^2 = \frac{1}{\sum w_i} \quad [12]$$

Debe tenerse en cuenta la posibilidad de que a la hora de obtener el efecto resumen se esté incurriendo en la presencia de los denominados *sesgos de publicación*, como resultado del hecho de que, muchos estudios finalizados no son realmente publicados, bien debido a que no alcanzan efectos significativos, bien a que son desfavorables o porque tienen resultados negativos (Sterne et al. 2000; Thornton y Lee, 2000).

Analíticamente, los sesgos de publicación pueden ser detectados por los métodos estadísticos de Begg y Egger, que permiten testar la hipótesis nula ausencia de sesgo. *El método de Begg (Prueba de correlación de rangos: Begg y Mazumba, 1994)*, sugiere una correlación inversa entre el tamaño del estudio y el tamaño del efecto, permitiendo determinar la correlación (*tau b de Kendall*) entre el efecto del tratamiento y el error estándar. *El test de intersección de Egger* (Egger et al. 1997) sugiere que podemos evaluar este mismo sesgo mediante el uso de la precisión (el inverso del error estándar) para predecir el efecto estandarizado (tamaño del efecto dividido por el error estándar). El tamaño del efecto del tratamiento se capta por la pendiente de una regresión lineal ( $B_1$ ), mientras que el sesgo se capta por la intersección ( $B_0$ ).

Estos métodos se complementan usualmente con los llamados *diagramas de embudo o funnel plots*, que son gráficos del tamaño del estudio en el eje vertical y del



tamaño del efecto en el eje horizontal. Idealmente, la nube de puntos de datos se parece a un embudo invertido, indicando que no hay sesgo de publicación. Un gráfico de embudo que sea asimétrico, significa que falta una de las colas o que está notablemente más corto o más escasamente poblado por puntos de datos, indicando la posible presencia de sesgo de publicación (Borenstein et al. 2009). La principal limitación de este método gráfico es que la simetría se define subjetivamente por el investigador, como se evidencia en la literatura (Macaskil et al. 2001; Thornton y Lee, 2000). Esta limitación requiere la aplicación del *algoritmo de recorte y llenado de Duval y Tweedie* (Duval y Tweedie, 2000), que estima el número de estudios que faltan y realiza una estimación del tamaño del efecto que se ajusta por la asimetría del gráfico de embudo.

Por último, para evaluar la solidez o estabilidad del efecto resumen calculado, resulta conveniente llevar a cabo un *análisis de sensibilidad* basado en la repetición iterativa del metaanálisis, omitiendo alternativamente cada una de las estimaciones y recalculando el metaanálisis con el resto. Este procedimiento de réplica del metaanálisis, permite determinar la influencia individual de cada estimación en el resultado final. De forma que, si los resultados así obtenidos son similares, tanto en dirección como en magnitud del efecto y significación estadística, indica que la solución obtenida es robusta y estable.

#### **3.1.4. Limitaciones y críticas al metaanálisis: sesgos de publicación**

Como toda técnica científica, el metaanálisis cuenta con limitaciones. Las metodologías de investigación deben valorarse según la confianza que merecen sus conclusiones, pudiendo entenderse esta característica como indicio de calidad

(Manrique, 2002). El instrumento para medir la calidad de investigación en Ciencias Sociales es el concepto de validez (el grado en que logramos la mejor aproximación disponible a la verdad o falsedad de una proposición) (Dendaluze, 1997).

El metaanálisis, al apoyarse en una selección de estudios primarios, depende por tanto de la validez de dichos estudios (validez de conclusión estadística, validez interna, validez de constructo y validez externa) (Botella y Gambará, 2002). Es lo que tan lacónicamente expresa el aforismo anglosajón: *garbage in, garbage out* (si entra basura, sale basura), es decir, si no seleccionamos de una forma adecuada basada en parámetros de calidad los mejores estudios primarios, reduciremos las posibilidades de obtener un buen resultado en el metaanálisis que realicemos (Cappelleri et al. 1996). Las conclusiones del metaanálisis dependerán en gran medida de la calidad de los estudios originales, de modo que al combinar resultados de investigaciones sesgadas o metodológicamente deficientes también se incurrirá en un sesgo a la hora de obtener un estimador global del efecto. A su vez, la heterogeneidad entre los diferentes estudios que se combinan puede afectar de una manera muy importante los resultados del metaanálisis (diferentes muestras, resultados diferentes...). En este caso, resulta aconsejable investigar las posibles fuentes de heterogeneidad, su influencia en los resultados y la posibilidad de realizar un análisis por subgrupos o mediante estratificación, como se ha comentado anteriormente.

No obstante, el principal problema a evitar en el metaanálisis, y en el que hay un total consenso entre todos los científicos que han utilizado este método, es el llamado *sesgo de publicación*. Sesgo que puede comenzar ya en la fase de selección de los estudios que formarán parte de la muestra del metaanálisis. Si por ejemplo sólo revisamos estudios publicados, estaremos apartando los ensayos que no han tenido un

resultado significativo o que éste ha sido negativo. También hay una tendencia a escoger sólo estudios de gran tamaño, cuando ya hemos apuntado, que esta característica de los estudios primarios, no es excluyente para la validez de un estudio metaanalítico basado en ellos (Petitti, 1994). Algunos autores como Sánchez-Meca y Marín-Martínez (2008), proponen la inclusión de los estudios no publicados, como fórmula eficaz para luchar contra este problema.

Junto con el sesgo de publicación, el *sesgo de selección* es una de las principales críticas del metaanálisis. Es importante definir con claridad los criterios de inclusión y exclusión de los estudios en la revisión, y que éstos sean lo más objetivos posible. El propio autor del metaanálisis puede sesgar los resultados, ya que su criterio para incluir o excluir un estudio del análisis puede venir influenciado por los resultados del mismo (Egger et al. 1997).

### **3.1.5. El metaanálisis en Ciencias Sociales**

Ya hemos comentado anteriormente que el término metaanálisis procede del profesor de psicología educativa Gene V. Glass, que lo utilizó por primera vez en una comunicación presentada en 1976 en la reunión anual de la *American Educational Research Association*. Posteriormente fue publicada en la revista *Educational Researcher* (Glass, 1976). Inicialmente esta técnica se empleó en Ciencias Sociales (psicología sobre todo). Aunque a partir de la década de los 80 comenzó a ser utilizada de forma creciente en Medicina y en BioMedicina. Ya con la llegada del s. XXI esta técnica es de práctica habitual en múltiples disciplinas.

De hecho podemos estimar que la técnica del metaanálisis en nuestros días es utilizada por prácticamente la totalidad de las ciencias englobadas dentro del concepto de Ciencias Sociales e incluso de muchas disciplinas de las llamadas Ciencias Naturales y Experimentales.

Vemos en la Tabla 3.2 una pequeña muestra de algunos artículos científicos que utilizan esta técnica. Para ello nos hemos documentado en la base de datos bibliográfica de la Unidad de Metaanálisis Universidad de Murcia (2012). Están clasificados por áreas de conocimiento y se han escogido los tres estudios más antiguos y los tres más recientes (en aquellas áreas de conocimiento en las que ha sido posible).

**Tabla 3.2: Muestra de estudios que utilizan metaanálisis en diversas disciplinas**

<b>Disciplina</b>	<b>Autor/es</b>	<b>Año</b>
Psicología	Mosteller y Bush	1954
Psicología	Novick et al.	1972
Psicología	Schmidt y Hunter	1977
Psicología	Lopez-Pina	2009
Psicología	Hafdahl	2009
Psicología	Field y Gillet	2010
Medicina	Chalmers	1987
Medicina	Collins et al.	1987
Medicina	Demets	1987
Medicina	Laird et al.	2010
Medicina	Rota et al.	2010
Medicina	Rücker et al.	2010
Educación	Light y Smith	1971
Educación	Glass	1976
Educación	Glass	1977
Educación	Romano y Kromreyl	2009

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Educación	Slavin y Smith	2009
Educación	Beretvas et al.	2008
Derecho	Linn y Hastings	1984
Derecho	Snyder y Lawson	1990
Derecho	Bonta y Gendreau	1990
Derecho	Tong y Farrington	2006
Derecho	Lucas et al.	2007
Derecho	Chappell et al.	2009
Economía	White	1983
Economía	Stanley y Jarrell	1989
Economía	Smith y Kaoru	1990
Economía	Smith y Pattanayak	2002
Economía	Kremers et al.	2002
Economía	Shelmit et al.	2010
Marketing	Peter y Churchill	1986
Marketing	Farley y Lehmann	1986
Marketing	Szymanski y Busch	1987
Marketing	Bijmolt y Pieters	2001
Marketing	Leonidou et al.	2002
Marketing	Allen et al.	2002
Ecología	Arnqvist y Wooster	1995
Ecología	Trickett	1997
Ecología	Peipert y Bracken	1997
Ecología	Verdú y Traveset	2005
Ecología	Russ et al.	2005
Ecología	Nakagawa et al.	2007
Historia	Olkin	1990
Historia	Kohn et al.	1999
Historia	Law et al.	2000
Historia	Schmidt y Hunter	2002
Historia	Huberty	2002
Historia	Chalmmers et al.	2002
Contabilidad	Trotman y Wood	1991
Contabilidad	Clearly y Casella	1997
Contabilidad	Viechtbauer	2007

### CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Contabilidad	Chu et al.	2009
Filosofía	Mayo	1992
Filosofía	Smith	1999
Política	Lau et al.	1999
Antropología	McGrew y Marchant	1997

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos bibliográfica de la Unidad de Metaanálisis, Universidad de Murcia (2012).

### 3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Hemos identificado 13 estudios publicados hasta 2011, los cuales utilizan datos de panel para analizar la relación entre el turismo y el PIB (se detallan en la Tabla 3.3). Los estudios se localizaron mediante diversas técnicas de búsqueda utilizando *Scopus*, *ScienceDirect*, *Google Académico* y las principales revistas de investigación en turismo (véase Ryan, 2005). Los términos de búsqueda fueron: "*turismo, crecimiento económico e hipótesis de que el turismo impulsa el crecimiento*". También utilizamos las referencias de otros estudios, que incluyen no sólo los artículos en revistas científicas que figuran en el *Journal Citation Report* (JCR) u otras bases de datos, sino documentos de trabajo o *working papers* (Wpaper) que hayan alcanzado un cierto reconocimiento científico por su calidad o número de citas recibidas.

Todos los estudios incluidos se muestran con un código de identificación en la Tabla 3.3. La última columna muestra las estimaciones de cada estudio, que pueden diferir en función del método de estimación: si o no se utilizaron variables adicionales al turismo para explicar el crecimiento económico, el tipo de variable *proxy* utilizada para medir el turismo, si la muestra se refiere a países en general o a un grupo de países concretos y la inclusión o no de variables instrumentales para las estimaciones econométricas.

**Tabla 3.3: Estudios datos de panel que relacionan el turismo y el PIB**

<b>Autor</b>	<b>Año del estudio</b>	<b>Código</b>	<b>Clasificación del estudio</b>	<b>Muestra</b>	<b>Periodo</b>	<b>Número de estimaciones</b>
Eugenio-Martin et al.	2004	Eug	Wpaper	Países latinoamericanos	1985-1998	4
Sequeira y Campos	2005	Seca	Wpaper	72 Países	1980-1999	6
Sequeira y Nunes	2008	Sequ	JCR. Q3	Países pequeños, Países pobres, Países desarrollados	1980-2002	16
Fayissa et al.	2008	Fayi	JCR. Q3	Países subsaharianos	1995-2004	4
Lee y Chang	2008	Lee	JCR. Q1	Países de la OCDE, Asia, Latinoamericanos y Subsaharianos	1990-2002	20
Cortés-Jiménez	2010	Cort	JCR. Q3	Regiones costeras de Italia y España	1990-2000	12
Proenca y Soukiazis	2008	Sou	JCR. Q4	Regiones de Portugal NUT II y NUT III	1993-2001	6
Fayissa et al.	2009	Fay	Wpaper	Países latinoamericanos	1995-2004	4
Adamou y Clerides	2010	Adam	Open journal	162 Países	1980-2005	10
Narayan et al.	2010	Nara	JCR. Q3	4 Islas	1988-2004	2
Holzner	2011	Holz	JCR. Q1	99 Países	1970-2007	4
Seetenah	2011	Seet	JCR. Q1	Islas del Pacífico y Países desarrollados	1995-2007	6
Dritsakis	2011	Drit	JCR. Q3	Países mediterráneos	1980-2007	2

Fuente: Elaboración propia.



Tras una consulta a estos estudios, se concluyó que, prácticamente todos los análisis, se llevaron a cabo para determinar la sensibilidad de la tasa de crecimiento económico respecto a los ingresos derivados del turismo, si bien emplearon dos modelos empíricos de estimación diferentes: *dinámico* y *no dinámico*.

El modelo dinámico se define en términos generales como sigue [13]:

$$y_{it} = \alpha + \beta y_{i,t-1} + \beta T_t + \beta X_{it} + u_i + \varepsilon_{it} \quad [13],$$

Donde  $y$  es el logaritmo del PIB real per cápita,  $T$  es una *proxy* del turismo expresada en términos logarítmicos,  $X$  representa un vector de otras variables explicativas,  $\alpha$  es un término independiente que, para cada período, refleja los cambios comunes a todos los países,  $u$  es un efecto específico no observado del país y efecto no variable en el tiempo,  $\varepsilon$  es el término de error y los subíndices  $i$  y  $t$  representan el país y el período temporal, respectivamente.

Los modelos no dinámicos se especifican de manera similar, pero sin el término  $\phi_{i,t}$ . Se pueden definir en general como sigue:

$$y_{it} = \alpha + \beta T_t + \beta X_{it} + u_i + \varepsilon_{it} \quad [14]$$

El valor del parámetro  $\beta$ , que refleja el impacto del turismo en el PIB, alcanza una interpretación diferente en los modelos dinámicos y en los no dinámicos. En los modelos no dinámicos,  $\beta$  refleja la elasticidad de la productividad con respecto al turismo (expresada en términos de logaritmos naturales) mientras que en los modelos dinámicos, refleja sólo una parte de los efectos del turismo en la productividad (en el mismo período). Los efectos del turismo se extienden en el tiempo, es decir, el turismo

tiene un efecto sobre la productividad durante varios períodos después del inicial, dependiendo del valor de  $\phi$ .

Independientemente de si los modelos son dinámicos o no, los estudios también difieren en cuanto a la inclusión de variables adicionales, como la educación o el capital físico para explicar el PIB, en comparación con aquellos otros que sólo se refieren al turismo como variable explicativa del PIB. En otras palabras, ¿incluyen (o no) un vector  $X$  para tener en cuenta otras variables explicativas? En este sentido, como se señala en Cortés-Jiménez y Pulina (2010), estas variables representan una contribución decisiva al crecimiento económico y no deben ser excluidas del análisis, si nuestro propósito es mostrar adecuadamente la forma en que el turismo también contribuye a tal crecimiento.

Otras diferencias importantes en las estimaciones se pueden resumir en los siguientes aspectos: en primer lugar, si el efecto temporal está incluido en virtud del coeficiente  $\alpha$ . En segundo lugar, la variable *proxy* relacionada con la evolución del turismo utilizada para definir  $T$  (llegadas de turistas versus ingresos por turismo). En tercer lugar, si se utilizan variables instrumentales para estimar las relaciones causales entre el turismo y el PIB. Por último, si las estimaciones se refieren a áreas geográficas amplias o a países o regiones con características similares (es decir, países pequeños con una especialización en el turismo tradicional, países pobres o grupos de islas).

Teniendo en cuenta estas especificaciones, la Tabla 3.4 muestra el valor estimado del coeficiente  $\beta$ , que mide el efecto del turismo sobre el PIB, junto con el nivel de significación (test  $t$  de *Student*) y su valor  $p$ . Se ha añadido un número adicional a cada código, para identificar sucesivamente a las estimaciones incluidas en cada estudio. Para cada código se muestran las características bajo las que se ha realizado la

estimación, indicando si se utilizó un modelo dinámico o no dinámico, si se han incluido o no otras variables explicativas del crecimiento económico además del turismo (tipo A ó B, respectivamente), si se han utilizado variables ficticias, si se ha usado una determinada variable *proxy* del turismo, si se han utilizado variables instrumentales y si son estimaciones para un grupo de países específicos.

Uno de los estudios localizados, el de Soukiazis y Proenca (2008), utiliza la capacidad de los alojamientos como una variable *proxy* para representar al turismo. Esta *proxy* no está basada en la llegada de turistas o en los ingresos por turismo, por lo que no se clasifica en la Tabla 3.4.

**Tabla 3.4. Características de las estimaciones de datos de panel para explicar la relación entre turismo y crecimiento económico**

Código	Coeficiente	<i>t-Student</i> o Error Estándar	valor p	A	B	Modelo Dinámico		Dummies temporales		Variables Instrumentales		Proxy de turismo		Muestra de países	
						si	no	si	no	si	no	Ingresos Turismo	Llegadas	General	Específico
Adam 1	0,002	0,00056 <sup>x</sup>	5%	x		x		x			x		x		
Adam 2	0,011	0,0007 <sup>x</sup>	no	x		x		x		x			x		
Adam 3	0,00018	0,000045 <sup>x</sup>	5%	x		x		x			x		x		
Adam 4	0,00012	0,00006 <sup>x</sup>	10%	x		x		x		x			x		
Adam 5	0,00117	0,00071 <sup>x</sup>	no	x		x		x			x		x		
Adam 6	0,0041	0,00096 <sup>x</sup>	5%	x		x		x			x		x		
Adam 7	0,0039	0,0012 <sup>x</sup>	5%	x		x		x		x			x		
Adam 8	0,00048	0,00012 <sup>x</sup>	5%	x		x		x			x		x		
Adam 9	0,00021	0,00015 <sup>x</sup>	no	x		x		x		x			x		

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Adam 10	0,0027	0,0012 <sup>x</sup>	10%	x		x		x		x	x		x	
Cort 1	0,001		5%	x		x		x	x				x	
Cort 2	0,006		1%	x		x		x	x				x	
Cort 3	0,001		5%	x		x		x	x				x	
Cort 4	0,006		1%	x		x		x	x				x	
Cort 5	-0,001		no	x		x		x	x				x	
Cort 6	-0,015		10%	x		x		x	x				x	
Cort 7	-0,001		no	x		x		x	x				x	
Cort 8	-0,017		5%	x		x		x	x				x	
														24 regiones costeras italianas y españolas
														13 regiones del interior italianas y españolas

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

<i>Cort 9</i>	<i>0,001</i>		<i>10%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>	<i>x</i>			<i>x</i>		14 Regiones costeras mediterráneas italianas y españolas
<i>Cort 10</i>	<i>0,007</i>		<i>1%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>	<i>x</i>			<i>x</i>		
<i>Cort 11</i>	<i>0,001</i>		<i>5%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>	<i>x</i>			<i>x</i>		
<i>Cort 12</i>	<i>0,006</i>		<i>1%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>	<i>x</i>			<i>x</i>		
<i>Drit 1</i>	<i>1,235</i>		<i>1%</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		7 países mediterráneos
<i>Drit 2</i>	<i>0,077</i>		<i>10%</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		
<i>Eug 1</i>	<i>0,00036</i>	<i>1,68</i>	<i>10%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>		21 países latinoamericanos
<i>Eug 2</i>	<i>-0,00019</i>	<i>2,54</i>	<i>10%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>		7 países latinoamericanos de altos ingresos
<i>Eug 3</i>	<i>0,00063</i>	<i>1,92</i>	<i>10%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>		11 países latinoamericanos de ingresos medios
<i>Eug 4</i>	<i>0,00062</i>	<i>2,63</i>	<i>10%</i>	<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>		<i>x</i>			<i>x</i>		3 países latinoamericanos de bajos ingresos

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Fayi 1	0,042	0,0082 <sup>x</sup>	1%	x		x					x				17 países latinoamericanos
Fayi 2	0,021	0,0103 <sup>x</sup>	5%	x		x					x				
Fayi 3	0,0243	0,0071 <sup>x</sup>	1%	x		x				x					
Fayi 4	0,0266	0,0082 <sup>x</sup>	1%	x		x				x					
Fayi 1	0,0378	0,0085 <sup>x</sup>	1%	x			x		x		x	x			42 países subsaharianos
Fayi 2	0,0388	0,01 <sup>x</sup>	1%	x			x		x		x	x			
Fayi 3	0,0249	0,0081 <sup>x</sup>	1%	x		x			x	x		x			30 países subsaharianos
Fayi 4	0,0256	0,0081 <sup>x</sup>	1%	x		x			x	x		x			
Holz 1	0,011	2	5%	x		x			x	x		x		x	
Holz 2	0,018	2,84	1%	x		x		x		x		x		x	
Holz 3	0,008	2,08	5%	x		x		x		x		x		x	
Holz 4	-0,041	-0,97	no	x		x			x	x		x		x	

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Lee 1	0,36	11,84	5%		x		x		x		x	x			23 países de la OCDE
Lee 2	0,17	14,36	5%		x		x	x			x	x			
Lee 3	0,24	26,41	5%		x		x		x		x		x		
Lee 4	0,13	13,47	5%		x		x	x			x		x		
Lee 5	0,5	52,69	5%		x		x		x		x	x			32 países de la OCDE
Lee 6	0,5	35,21	5%		x		x	x			x	x			
Lee 7	0,61	5,38	5%		x		x		x		x		x		
Lee 8	0,17	-0,3	no		x		x	x			x		x		
Lee 9	0,13	-0,62	no		x		x		x		x	x			5 países asiáticos
Lee 10	0,17	8,98	5%		x		x	x			x	x			
Lee 11	0,32	4,06	5%		x		x		x		x		x		
Lee 12	0,24	6,89	5%		x		x	x			x		x		



CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Lee 13	0,15	1,1	no		x		x		x		x	x			11 países latinoamericanos
Lee 14	0,09	8,9	5%		x		x	x			x	x			
Lee 15	0,36	16,36	5%		x		x		x		x		x		
Lee 16	0,23	12,08	5%		x		x	x			x		x		
Lee 17	0,3	8,23	5%		x		x		x		x	x			16 países subsaharianos
Lee 18	0,18	6,75	5%		x		x	x			x	x			
Lee 19	0,03	2,44	5%		x		x		x		x		x		
Lee 20	0,08	0,83	no		x		x	x			x		x		
Nara 1	0,24	3,84	1%		x		x		x		x	x			4 islas
Nara 2	0,72	15,29	1%		x		x		x		x	x			
Seet 1	0,12	1,95	10%	x		x		x		x			x		19 islas del Pacífico
Seet 2	0,06	1,95	10%	x		x		x		x			x		20 países desarrollados

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Seet 3	0,064	1,96	10%	x		x		x		x			x		10 países desarrollados
Seet 4	0,14	2,04	10%	x		x		x		x		x			19 islas del Pacífico
Seet 5	0,033	1,87	10%	x		x		x		x		x			20 países desarrollados
Seet 6	0,08	1,89	10%	x		x		x		x		x			10 países desarrollados
Sequ1	-14,21	-1,37	no	x		x				x				x	
Sequ2	-0,62	-1,78	10%	x		x				x				x	
Sequ3	-1,89	-1,29	no	x		x				x				x	
Sequ4	1,44	0,39	no	x		x				x				x	
Sequ5	0,329	2,22	5%	x		x				x				x	
Sequ6	1,104	2,26	5%	x		x				x				x	
Sequ 1	0,013	1,05	no	x		x		x		x			x	x	
Sequ 2	0,041	2,42	5%	x		x		x		x		x		x	

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Sequ 3	0,026	1,92	10%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 4	0,025	1,85	10%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 5	0,048	3,77	5%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 6	0,041	2,69	5%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 7	0,095	4,44	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 8	0,049	3,89	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 9	0,042	2,48	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 10	0,106	4,14	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 11	0,047	3,32	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 12	0,041	2,98	1%	x		x		x		x		x		x	
Sequ 13	0,077	2,5	1%	x		x		x		x		x			47 países pequeños
Sequ 14	0,06	1,79	10%	x		x		x		x		x			
Sequ 15	0,055	1,87	10%	x		x		x		x		x			45 países pequeños

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Sequ 16	0,092	3,45	1%	x		x		x			x		x		58 países pobres
Sequ 17	0,063	3,28	1%	x		x		x			x	x			
Sequ 18	0,055	2,73	1%	x		x		x			x	x			
Sou 1	0,1006	1,55	no		x	x			x		x				7 regiones portuguesas NUT II
Sou 2	0,1082	1,7	5%		x	x			x		x				
Sou 3	0,1522	2,05	10%		x	x			x	x					
Sou 4	0,0401	1,54	no		x	x			x		x				30 NUT II regiones portuguesas
Sou 5	0,0056	2,31	10%		x	x			x		x				
Sou 6	0,009	2,55	10%		x	x			x	x					

A y B se refieren a las estimaciones que incluyen o no la adición de variables explicativas del PIB.

\* Todos los datos de esta columna son t-Student con excepción de los marcados con una x, que incluyen un error estándar, de acuerdo con el formato original de cada estudio.

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 3.4 muestra cómo los coeficientes obtenidos para las estimaciones difieren notablemente entre sí, lo cual es lógico dada la gran variedad de especificaciones para cada estimación. Teniendo en cuenta estas diferencias, el metaanálisis realizado considera diferentes grupos de estimaciones similares entre sí, justificado sobre la base de su alta sensibilidad a las características específicas que se consideran. Hay dos conjuntos de estimaciones (escenarios tipo 1): dinámicos y no dinámicos. Dentro de cada tipo de escenario 1, podemos diferenciar a su vez tres grupos (escenarios tipo 2): aquéllos que contemplan la totalidad de la muestra para cada escenario (general), las estimaciones que incluyen sólo estimaciones de Tipo A, y las que incluyen sólo estimaciones de Tipo B.

Además, dentro de cada tipo de escenario 2, se pueden formar otros grupos (escenarios tipo 3): los que contemplan la totalidad de la muestra de las estimaciones (en general) y los que sólo proporcionan estimaciones específicas, establecidas y diferenciadas, que se describen en la Tabla 3.5. Para las estimaciones dinámicas, a menos que la dimensión temporal sea amplia, se estiman paneles dinámicos utilizando retardos, como instrumentos, para tener estimaciones consistentes. Por lo tanto, los cálculos dinámicos que no utilizan variables instrumentales y cuya dimensión temporal no sea grande han sido eliminados. Todas las estimaciones eliminadas son Tipo B. Estas combinaciones ascienden a un total de 38 escenarios.

### 3.3. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS

Se identificaron 13 estudios en la búsqueda bibliográfica realizada, pero las estimaciones de dos de ellos (Fayissa et al. 2009 y Sequeira y Campos, 2005) se excluyeron del metanálisis porque la información estadística acerca de la precisión de las estimaciones era insuficiente. El estudio final, por lo tanto, comprende los resultados empíricos de los 11 estudios adecuados (Tabla 3.3), que dieron lugar a un total de 87 estimaciones (la muestra de nuestro metaanálisis) registrados en forma de elasticidad, que expresa el impacto del turismo en el PIB.

Esta muestra se puede considerar suficientemente grande para realizar el metaanálisis. Como O'Mara y Marsh (2008) señalan, el número de estudios considerados para la identificación de una muestra como pequeña o grande depende de la disciplina, y es de esperar que éste sea menor en las Ciencias Sociales.

La Tabla 3.5 resume los principales resultados del metaanálisis realizado para los 38 escenarios formados por los criterios establecidos en el apartado 2. El análisis de sensibilidad obtenido, proporcionó resultados mucho más estables cuando las 18 estimaciones de Sequeira y Nunes (2008) fueron omitidas<sup>2</sup>. El metaanálisis sin estas estimaciones mostró tanto una menor heterogeneidad, como un menor sesgo de publicación para todos los escenarios, por lo cual se optó por excluirlas de la muestra

---

<sup>2</sup> Mediante la réplica iterativa del metaanálisis, suprimiendo alternativamente una de las estimaciones que forman cada uno de los 38 escenarios, se han obtenido los análisis de sensibilidad correspondientes, con objeto de estudiar la influencia de cada una de las estimaciones en los resultados obtenidos. Si bien no se recogen en estas páginas por su elevada extensión, el autor los tiene disponibles para quien lo solicite. Prácticamente en todos los escenarios considerados, el efecto resumen resultante en cada escenario, era mucho más estable al excluir de la muestra las estimaciones procedentes de Sequeira y Nunes (2008).

considerada. La Tabla 3.5 muestra los resultados del metaanálisis realizado sobre la muestra restante de 69 estimaciones.

3.5. Resultados del metaanálisis

ESCENARIOS 1	ESCENARIOS 2	ESCENARIOS 3	Nº Estimac. puntuales (m)	ESTIMAC. EFECTOS FIJOS / Z-valor	ESTIMAC. EFECTOS ALEATORIOS / Z-valor	MEDIDAS DE HETEROGENEIDAD		SESGOS PUBLICACION			
						Test Q (p)	I <sup>2</sup>	Begg (Tau b de Kendall)	Egger (E0)	Ajuste y Relleno según método de Duval y Tweedie	
										Nº Estudios perdidos	Efecto resumen mediante método aleatorio reajustado
<b>OC-CI-M-D</b>	<b>GENERAL</b>	general	44	0,000 (4,902)***	0,00089 (2,818)***	0,000***	47.016	(-0,241)**	0,833***	16	0.00063
		t	22	0,000 (4,706)***	0,00059 (2,055)**	0,000***	57.897	0,112	1,041***	10	0.00044
		sin t	22	0,00742 (4,738)***	0,00742 (4,738)***	0.968	0.000	(-0,141)	0,279*	0	-
		inst	34	0,000 (4,813)***	0,00077 (2,449)**	0,000***	52.562	(-0,327)**	0,888***	11	0.00073
		no inst	10	0,00576 (2,816)***	0,00576 (2,816)***	0.874	0.000	0,667**	0,3505*	0	-
		ingresos viajes	15	0,01238 (5,139)***	0,01238 (5,139)***	0.639	0.000	0,190	0,301	1	0.01238
		llegadas	23	0,000 (4,591)***	0,00031 (4,591)***	0.710	0.000	(-0,145)	0,387**	5	0.00039
		países en general	14	0,0116 (4,656)***	0,0116 (4,656)***	0.982	0.000	0,198	(-0,374)**	0	-
	países específicos	30	0,000 (4,775)***	0,0065 (2,339)***	0,002***	48.261	(-0,311)*	0,971***	12	0.00071	
	<b>A</b>	general	38	0,000 (4,732)***	0,00055 (2,379)**	0,031**	32.272	(-0,263)**	0,641***	13	0.00044
		t	22	0,000 (4,706)***	0,00059 (2,055)**	0,000***	57.897	0,112	1,048***	10	0.00044
		sin t	16	0,01047 (2,036)***	0,01047 (2,036)***	1.000	0.000	(-0,284)*	(-0,136)**	0	-
		inst	32	0,000 (4,731)***	0,0059 (2,242)**	0,006***	43.240	(-0,356)**	0,765***	10	0.00052
		no inst	6	0,001 (0,099)	0,00128 (0,099)	1.000	0.000	0,667**	0,1448**	2	0.00076
		ingresos viajes	15	0,01238 (5,139)***	0,01238 (5,139)***	0.639	0.000	0,190	0,301	1	0.01238
		llegadas	23	0,000 (4,591)***	0,00031 (4,591)***	0.710	0.000	(-0,144)	0,387**	5	0.00039
		países en general	14	0,01116 (4,656)***	0,01116 (4,656)***	0.982	0.000	0,198	(-0,374)**	0	-
	países específicos	24	0,000 (4,604)***	0,00043 (2,650)***	0.165	21.987	(-0,371)*	0,690**	8	0.00044	
	<b>B</b>	general	6	0,007 (4,323)***	0,00862 (2,197)**	0,091*	47.279	0,533*	1,500**	3	0.00802
		t	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		sin t	6	0,007 (4,323)***	0,00862 (2,197)**	0,091*	47.279	0,533*	1,500**	3	0.00802
		inst	2	0,009 (3,406)***	0,063 (0,911)	0,042**	75.819	-	-	-	-
		no inst	4	0,006 (2,836)***	0,02474 (1,281)	0.2220	31.691	0.500	1.253	2	0.01344
		ingresos viajes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		llegadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		países en general	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Países específicos	6	0,007 (4,323)***	0,00862 (2,197)**	0,091*	47.279	0,533*	1,500**	3	0.00802	



CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

<b>O C I N D I Z A D O</b>	<b>GENERAL</b>	general	25	0,266 (126,649)***	0,25800 (6,754)***	0,000***	99.618	0,187*	(-0,775)	0	-
		t	10	0,198 (68,873)***	0,20841 (4,036)***	0,000***	99.592	0,356*	2.662	0	-
		sin t	15	0,344 (111,753)***	0,29010 (5,375)***	0,000***	99.515	0.000	(-2,606)	0	-
		inst	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		no inst	25	0,266 (126,649)***	0,25800 (6,754)***	0,000***	99.618	0,186*	(-0,775)	0	-
		ingresos viajes	14	0,321 (116,239)***	0,27013 (4,563)***	0,000***	99.718	0.121	(-3,446)	0	-
		llegadas	11	0,191 (58,894)***	0,23998 (6,773)***	0,000***	98.631	(-0,073)	1.918	1	0.20182
		países en general	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		países específicos	25	0,266 (126,649)***	0,25800 (6,754)***	0,000***	99.618	0,186*	(-0,775)	0	-
	<b>A</b>	general	2	0,038 (1,362)	0,038 (1,362)	0.9860	0.000	-	-	-	-
		t	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		sin t	2	0,038 (1,362)	0,038 (1,362)	0.9860	0.000	-	-	-	-
		inst	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		no inst	2	0,038 (1,362)	0,038 (1,362)	0.9860	0.000	-	-	-	-
		ingresos viajes	2	0,038 (1,362)	0,038 (1,362)	0.9860	0.000	-	-	-	-
		llegadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		países en general	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		países específicos	2	0,038 (1,362)	0,038 (1,362)	0.9860	0.000	-	-	-	-
	<b>B</b>	general	23	0,267 (126,902)***	0,27949 (6,993)***	0,000*	99.646	0,221**	0.082	0	-
		t	10	0,198 (68,873)***	0,20841 (4,036)***	0,000*	99.592	0,355*	2.662	0	-
		sin t	13	0,344 (112,277)***	0,290 (5,762)***	0,000*	99.515	(-0,012)	(-1,251)	0	-
		inst	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		no inst	23	0,267 (126,902)***	0,27949 (6,993)***	0,000*	99.646	0,221**	0.082	0	-
		ingresos viajes	12	0,324 (116,669)***	0,31261 (4,872)***	0,000*	99.756	0.167	(-1,848)	0	-
		llegadas	11	0,191 (58,894)***	0,23998 (6,773)***	0,000*	98.631	(-0,072)	1.917	1	0.20182
		países en general	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		países específicos	23	0,267 (126,902)***	0,27949 (6,993)***	0,000*	99.646	0,221**	0.082	0	-

Nota: Significatividad estadística del \*\*\* 1%, \*\* 5%, \* 10%, respectivamente. *En general* se refiere a todas las estimaciones; cada escenario A o B se refiere respectivamente a estimaciones con / sin adición de variables exógenas del crecimiento económico, *t* y *no t* significan respectivamente estimaciones con / sin variables ficticias; *Inst.* y *no Inst.* se refieren, respectivamente, a estimaciones con / sin variables instrumentales; los *ingresos derivados del turismo* y *llegadas* se refieren a estimaciones basadas en variables proxy del turismo obtenidas a partir de series de datos de los ingresos de viajes o llegadas de turistas; *países específicos* se refiere a las estimaciones obtenidas para una muestra concreta de países.

Fuente: Elaboración propia

Independientemente del modelo de estimación utilizado para nuestro metanálisis (*FEM* o *REM*), en todos los escenarios se obtiene un efectos resumen con signo positivo, lo que significa que el turismo, en mayor o menor medida, contribuye favorablemente al PIB en todos los casos. Con el fin de determinar cuál de los dos efectos resumen (*FEM* ó *REM*) es más apropiado, debemos analizar la existencia de heterogeneidad. En la séptima columna de la Tabla 3.5, se incluye la significación estadística del test  $Q$ . En 20 de los 38 escenarios la hipótesis nula de homogeneidad se rechaza (al nivel de 99% en la mayoría de los casos). Además de esta prueba, en la séptima columna, se añade el ratio  $I^2$  para medir la heterogeneidad, dado que el test  $Q$  tiene una potencia limitada (Borenstein et al. 2009; Fleiss, 1993; Takkouche et al. 1999). De acuerdo con la clasificación introducida por Higgins et al. (2003) respecto al ratio  $I^2$ , 13 de los 38 escenarios (formados por estimaciones Tipo A de estudios dinámicos y no dinámicos) muestran una homogeneidad completa ( $I^2 = 0\%$ ). Cinco escenarios muestran una baja heterogeneidad ( $I^2 < 50\%$ ), y sólo tres de los 20 casos restantes tienen una heterogeneidad moderada ( $50\% < I^2 < 75\%$ ).

La elevada heterogeneidad detectada en los 17 escenarios restantes ( $I^2 > 75\%$ ) parece ser lógica, ya que las estimaciones de los estudios originales han sido obtenidas por diferentes métodos, variables, datos y muestras, justificándose así la dispersión entre ellos. Como consecuencia de esta heterogeneidad, según indica Takkouche et al. (1999), las estimaciones obtenidas por métodos de efectos aleatorios (columna 6 de la Tabla 3.5) son las más adecuadas para análisis adicionales. Por esta razón hemos optado por centrarnos en dicha columna.

### 3.4. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La distinción de los estudios en función de su carácter dinámico o no dinámico es crucial, no sólo desde un punto de vista metodológico, sino también en términos del metaanálisis. Teniendo en cuenta los resultados que se muestran en la Tabla 3.5, los escenarios dinámicos muestran menos heterogeneidad en general, aunque obtienen estimaciones resumen inferiores mediante el modelo aleatorio. En cuanto a los escenarios no dinámicos, presentan estimaciones individuales más bajas, mostrando una notable heterogeneidad entre ellos, si bien llegan a estimaciones resumen más elevadas mediante el modelo aleatorio. La mayoría de los escenarios dinámicos en la Tabla 3.5, adolecen de sesgo de publicación, mientras que los escenarios no dinámicos, en general, no lo presentan.

La estimación del efecto resumen en los modelos dinámicos mediante el método aleatorio, una vez reajustada por el método de Duval y Tweedie, alcanza un valor de 0,00063 para el total de la muestra, es decir, cuando se consideran todas las estimaciones. En los demás escenarios dinámicos, la estimación del efecto resumen reajustada está entre 0,01238 (cuando se toma como *proxy* los ingresos derivados del turismo) y 0,00039 (cuando se toman las llegadas de turistas como *proxy*).

Como se muestra en la Tabla 3.5, la estimación del efecto resumen mediante el método de efectos aleatorios para los modelos no dinámicos tiene un valor de 0,25800 para el total de la muestra, o sea, cuando se consideran todas las estimaciones. En el resto de escenarios de modelos no dinámicos, la estimación fluctúa alrededor del mismo

valor, con un valor mínimo de 0,191 y un valor máximo de 0,344. A excepción de las estimaciones que utilizan las llegadas de viajeros como un indicador *proxy* del turismo, ninguno de los valores estimados está sesgado. En este caso, el efecto resumen reajustado obtenido es 0,20182.

Los efectos resumen obtenidos mediante el método aleatorio para los modelos no dinámicos son por tanto mucho mayores que las obtenidos para los modelos dinámicos. No obstante, hay que tener en cuenta que el reducido valor obtenido para los modelos dinámicos sólo refleja el efecto del turismo sobre el crecimiento económico en el período actual. Sin embargo, el carácter dinámico que en realidad presenta el modelo, implica que este efecto puede persistir en el tiempo. Para saber cuál es el impacto general del turismo sobre el PIB en estos modelos dinámicos, y así determinar un valor total representativo de la elasticidad de la productividad respecto al turismo a lo largo del tiempo, debemos calcular el valor del multiplicador dinámico del turismo acumulado a largo plazo (MDA).

Para ello, es necesario determinar el valor del parámetro  $\phi$  que relaciona la productividad del período actual con la productividad de los períodos anteriores. Sin embargo, para calcular este efecto acumulado, la función estimada debe ser estable. Esto ocurre cuando  $\phi$  en la ecuación [10], es menor que la unidad. De lo contrario, la trayectoria es divergente y el efecto tiende a multiplicarse con el tiempo.

En el caso en que las funciones dinámicas sean estables con un único retardo de tiempo, el MDA a largo plazo es igual a:

$$MDA = \frac{\rho}{1-\rho} \quad [15]$$

**Tabla 3.6. Multiplicadores dinámicos acumulativos del turismo en el crecimiento económico a largo plazo**

Código	Tipo de Modelo	$\beta$	$\phi$	Multiplicador Dinámico Acumulativo (MDA)
Adam 1	A	0,002** (0,00056)	-0,1** (0,0077)	0,02 <sup>a</sup>
Adam 3	A	0,00018** (0,00045)	-0,01** (0,0073)	0,018 <sup>a</sup>
Adam 4	A	0,00012* (0,00006)	-0,09** (0,017)	0,001 <sup>a</sup>
Adam 6	A	0,0041** (0,00096)	-0,101** (0,0076)	0,041 <sup>a</sup>
Adam 7	A	0,0039** (0,0012)	-0,101** (0,018)	0,038 <sup>a</sup>
Adam 8	A	0,00048** (0,00012)	-0,1** (0,0074)	0,004 <sup>a</sup>
Holz 1	A	0,011** (2,00)	0,941*** (35,98)	0,186
Holz 2	A	0,018*** (2,84)	0,95*** (35,49)	0,360
Holz 3	A	0,008** (2,08)	0,97*** (52,93)	0,267
Cort 1	A	0,001** (n.d.)	0,895*** (n.d.)	0,010
Cort 2	A	0,006* (n.d.)	0,884 *** (n.d.)	0,052
Cort 3	A	0,001** (n.d.)	0,919*** (n.d.)	0,012
Cort 4	A	0,006*** (n.d.)	0,907*** (n.d.)	0,065
Cort 6	A	-0,015 (n.d.)	0,891*** (n.d.)	-0,138
Cort 8	A	-0,017** (n.d.)	0,942*** (n.d.)	-0,293
Cort 9	A	0,001* (n.d.)	0,831*** (n.d.)	0,006
Cort 10	A	0,007*** (n.d.)	0,830*** (n.d.)	0,041
Cort 11	A	0,001** (n.d.)	0,869*** (n.d.)	0,008

CAPÍTULO III: METAANÁLISIS DE ESTUDIOS DE DATOS DE PANEL

Cort 12	A	0,006*** (n.d.)	0,857*** (n.d.)	0,042
Eug 1	A	0,00036* (1,68)	0,777* (19,30)	0,007
Eug 2	A	-0,0002* (2,54)	0,765* (12,64)	-0,001
Eug 3	A	0,00063* (1,92)	0,738* (10,16)	0,002
Eug 4	A	0,00062* (2,63)	0,597* (4,14)	0,002
Fayi 3	A	0,0249*** (0,0081)	0,568*** (0,073)	0,058
Seet 1	A	0,12* (1,95)	0,24** (215)	0,158
Seet 2	A	0,06* (1,95)	0,23*** (2,52)	0,078
Seet 3	A	0,064* (1,96)	0,34*** (2,43)	0,097
Seet 4	A	0,14* (2,04)	0,17* (2,17)	0,169
Seet 5	A	0,033* (1,87)	0,25** (2,15)	0,044
Seet 6	A	0,08* (1,89)	0,37** (2,19)	0,127
Valor medio del MDA	-	-	-	0,0488 0,0527

Nota: Significatividad estadística del \*\*\*1%, \*\*5%, \*10%, respectivamente. *n.d.*: No disponible.

La función estimada es:  $\Delta \ln y_t = \alpha + \beta \Delta \ln y_{t-1} + \phi \Delta \ln y_{t-2} + \epsilon_t$ , por lo que:  $y_t = \alpha + \beta y_{t-1} + \phi y_{t-2} + \epsilon_t$ , y  $MD = 3 / \theta$

Fuente: Elaboración propia.

El valor de este multiplicador acumulado es similar al concepto de la elasticidad de la productividad del turismo de los estudios no dinámicos, que puede ayudar a interpretar el efecto del turismo sobre el crecimiento económico. En la Tabla 3.6, los valores estimados de  $\beta$  y  $\phi$  se dan a lo largo de los valores del MDA, calculados cuando las funciones se mantienen estables. Los parámetros cuyas estimaciones resultaron ser

no significativas en los estudios originales se han omitido en dicha Tabla, lo que significa que todas las estimaciones que se incluyen en ella son de tipo A.

En la última columna, se puede observar que el valor del MDA es sustancialmente mayor que el valor estimado de  $\beta$ . La última fila de la Tabla 6 muestra que el valor medio del MDA que resume este efecto es de 0,0488.

Se ha calculado un intervalo de valores del MDA a largo plazo, que dependen de las especificaciones diversas de las estimaciones. Se han utilizado los valores extremos de los efectos resumen estimados para los modelos dinámicos mediante los métodos aleatorios tras ser reajustados teniendo en cuenta los sesgos de publicación. El valor mínimo del MDA se calcula a partir del coeficiente  $\phi$  de las estimaciones utilizando las llegadas de turistas, y  $\beta$  igual a 0,00039. El valor máximo está calculado a partir del coeficiente  $\phi$  de las estimaciones que utilizan los ingresos turísticos y una  $\beta$  igual a 0,01238. Esto da lugar a un intervalo entre 0,002 y 0,11.

Se puede observar que el valor máximo a largo plazo del MDA (0,11) es significativamente menor que el efecto resumen estimado mediante métodos aleatorios reajustado para modelos no dinámicos (0,25), incluso en el valor mínimo de este último (0,191). Cabe señalar que la elección del tipo de modelo de estimación para el panel de datos que se haya utilizado puede influir directamente en la validez de los resultados. Si el proceso de generación de datos está formulado mejor como un panel dinámico, entonces el resultado de un panel no dinámico sufriría de sesgos derivados de una especificación anómala. Por lo tanto, los resultados de los modelos no dinámicos se deben considerar con cautela.

Esta diferencia en los valores también se puede explicar cuando los escenarios dinámicos y no dinámicos se dividen en dos subgrupos (A y B). En los escenarios de modelos dinámicos, 38 estimaciones son de tipo A y sólo 2 son de tipo B, mientras que en los escenarios de modelos no dinámicos, 23 estimaciones son de tipo B y sólo 2 son de tipo A.

En ambos casos, se observa que los efectos resumen estimados mediante métodos aleatorios una vez reajustados para las estimaciones tipo A, son más bajos que los obtenidos en cada escenario general tanto para modelos dinámicos como no dinámicos. Por otra parte, los efectos resumen obtenidos mediante modelos aleatorios a partir de las estimaciones tipo B son superiores a los obtenidos en cada escenario global. Es decir, cuando en la función de producción se incluyen, además del turismo, las variables adicionales que explican el crecimiento económico, el impacto del turismo en el PIB disminuye. En este sentido, puede decirse que cuando las estimaciones no incluyen otras variables explicativas del crecimiento económico, las elasticidades están sobrevaloradas. Como se señala en Cortés-Jiménez y Pulina (2010), las variables que representan una contribución decisiva al crecimiento no deben ser excluidas del análisis si nuestro objetivo es mostrar adecuadamente la forma en que el turismo contribuye también a ello. Sin embargo, esta idea debe exponerse con cierta cautela, ya que sólo hay dos estimaciones tipo B para los modelos dinámicos y dos estimaciones tipo A para los modelos no dinámicos.

Esta sub-desagregación de las estimaciones en dos tipos, A y B, parece no ser suficiente para eliminar la heterogeneidad entre ellas, excepto para el tipo A en escenarios no dinámicos. Esto sugiere que existen otras circunstancias que también



afectan al valor de los efectos resumen obtenidos. Por esa razón, se han considerado otros criterios de clasificación basados en aspectos metodológicos (expuestos anteriormente en el apartado 3.3) siendo aplicados a la muestra global tanto para escenarios dinámicos como no dinámicos, así como a sus respectivos subgrupos A y B.

Se ha evidenciado que la inclusión de variables temporales y el uso de variables instrumentales, tiende a disminuir los valores de los efectos resumen obtenidos mediante métodos de estimación aleatorios en todos los escenarios tipo 2, y que para estos escenarios, fueron mayores cuando se utilizaron los ingresos turísticos como *proxy* para medir el turismo que cuando se utilizó el número de llegadas.

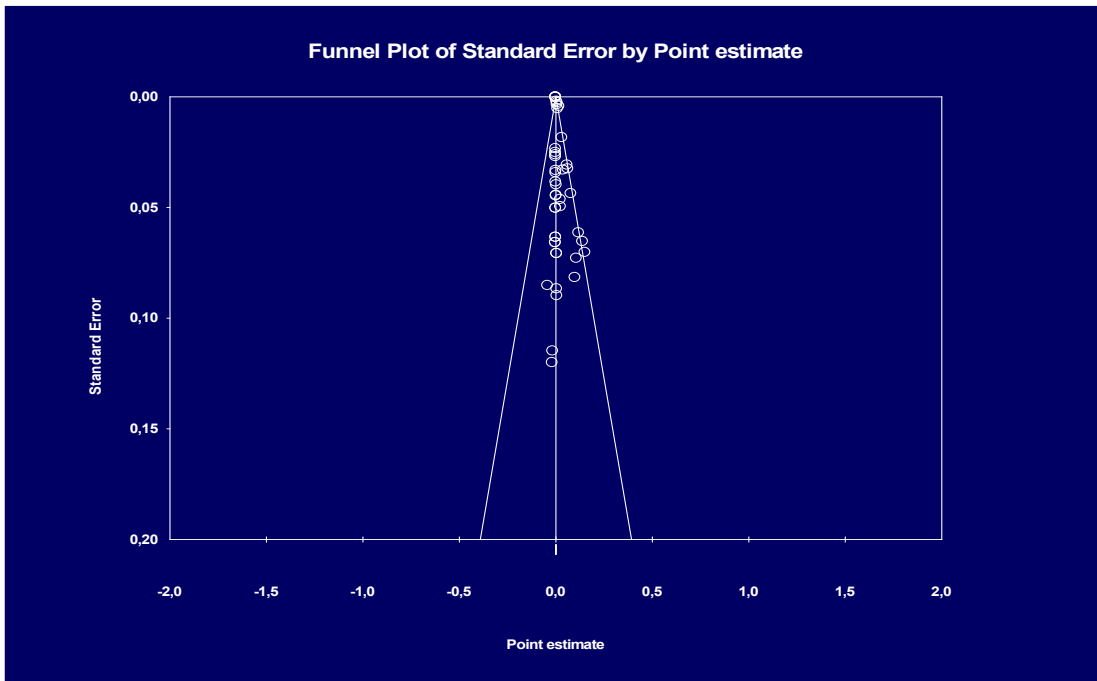
Por otra parte, el efecto resumen aleatorio tiende a ser ligeramente mayor cuando son utilizadas las estimaciones que tienen en cuenta sólo las muestras específicas de países para modelos dinámicos. Estas muestras incluyen grupos de países concretos: considerados pobres, pequeños, especializados en turismo, o de una zona geográfica específica. La literatura considera que el turismo en este tipo de países tiene un impacto mucho mayor sobre el crecimiento económico. Sin embargo, esta pequeña diferencia obtenida en el metaanálisis no parece corroborar esta hipótesis en el caso de todos los grupos de países. En este sentido, algunos estudios consideran que el tamaño del país no afecta a la relación entre el turismo y el crecimiento económico (Lanza et al. 2003; Sequeira y Nunes, 2008), pero el grado de especialización en el turismo sí es un hecho muy relevante (Adamou y Clerides, 2010; Holzner, 2011; Narayan et al. 2010; Sequeira y Campos, 2005; Sequeira y Nunes, 2008). También parece que hay evidencia a favor de que el turismo fomenta el crecimiento en mayor grado en los países con nivel de ingresos más bajo (Eugenio-Martín et al. 2004; Lee y Chang, 2008; Seetenah, 2011).

### 3.5. ANÁLISIS DE SEGOS DE PUBLICACIÓN

Tal como se comentó en el apartado 3.1.3 dedicado a la metodología del metaanálisis, la técnica más intuitiva para detectar los posibles sesgos de publicación en los resultados obtenidos, está basada en el denominado *diagrama de embudo*, el cual se basa en representar el tamaño muestral de cada trabajo, frente al tamaño del efecto detectado. Lo normal sería que todos los estudios detectasen un efecto de magnitud similar, en torno a una línea horizontal, con mayor dispersión cuanto menor fuese el tamaño muestral. De esta forma, los puntos tenderían a distribuirse en forma de un embudo invertido. Si, por el contrario, existiese un sesgo de publicación, de los estudios de menor tamaño muestral solo se publicarían aquéllos que encontrasen diferencias significativas entre los grupos, de forma que la nube de puntos aparecería deformada en uno de sus extremos. Existen otras técnicas estadísticas como las pruebas de Begg o de Egger, que como ya se ha explicado en el epígrafe 3.1.3, mediante un contraste de hipótesis (hipótesis nula: ausencia de sesgo), permiten evaluar de una manera más objetiva la existencia de un posible sesgo de publicación.

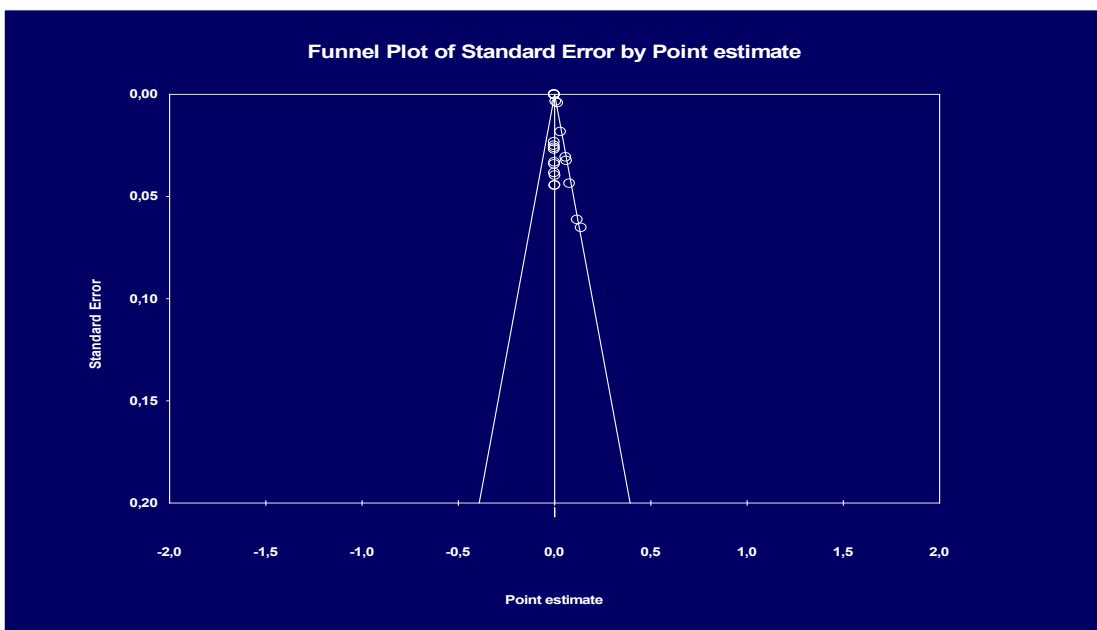
En la última columna de la Tabla 3.5, se recogen los resultados del test de Begg (Begg y Mazumba, 1994) y el test de Egger (Egger et al. 1997). El valor  $p$  es significativo en 24 de los 38 escenarios, por lo que, en principio, tal vez la hipótesis de ausencia de sesgo podría ser rechazada. Con idea de aportar más información, se muestran a continuación los gráficos de embudo correspondientes a estos escenarios que, a priori parecen sesgados (prácticamente casi todos del tipo dinámico), teniendo en cuenta que estos métodos sólo son viables con más de dos estimaciones combinadas.

**Gráfico de embudo 3.1. Escenario dinámico general (tipo general)**



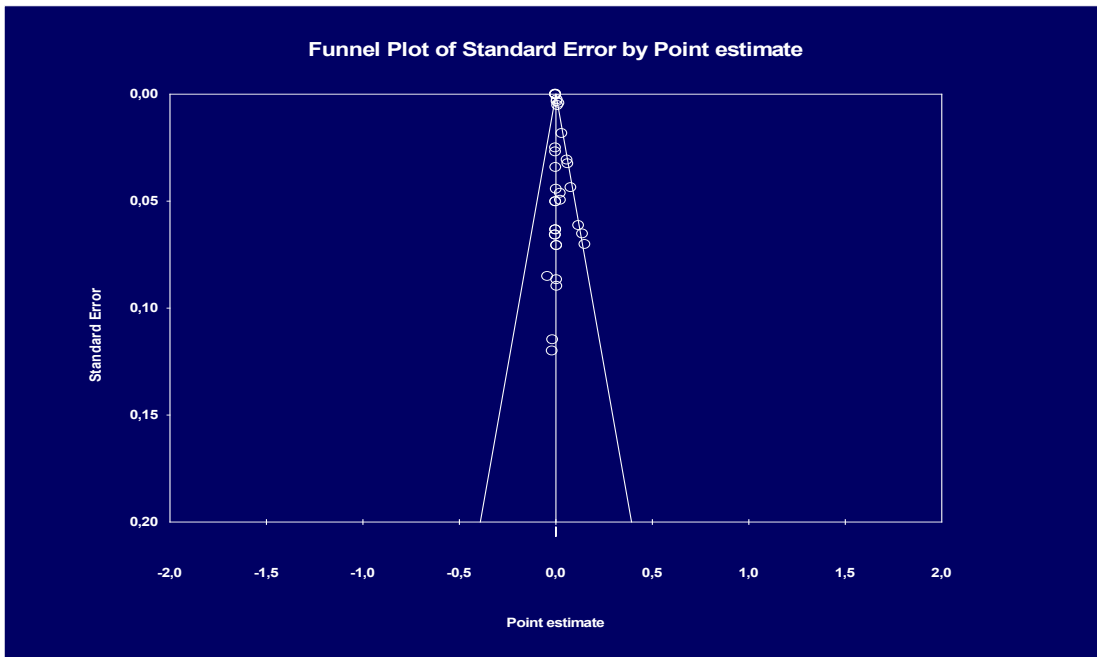
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.2. Escenario dinámico general (tipo sin t)**



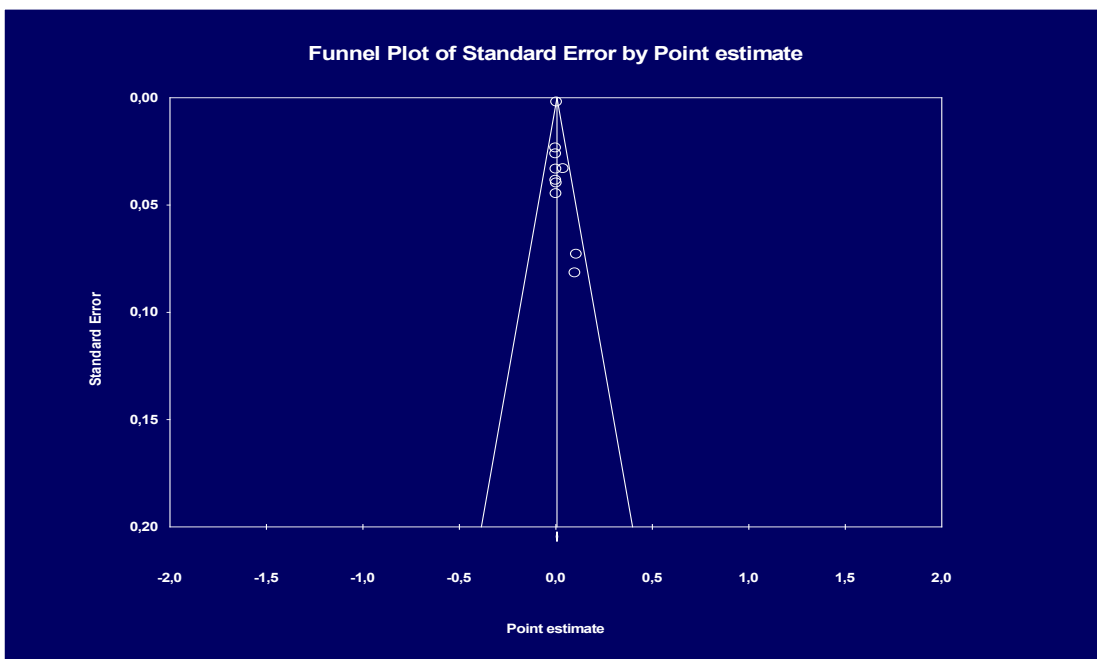
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.3. Escenario dinámico general (tipo inst.)**



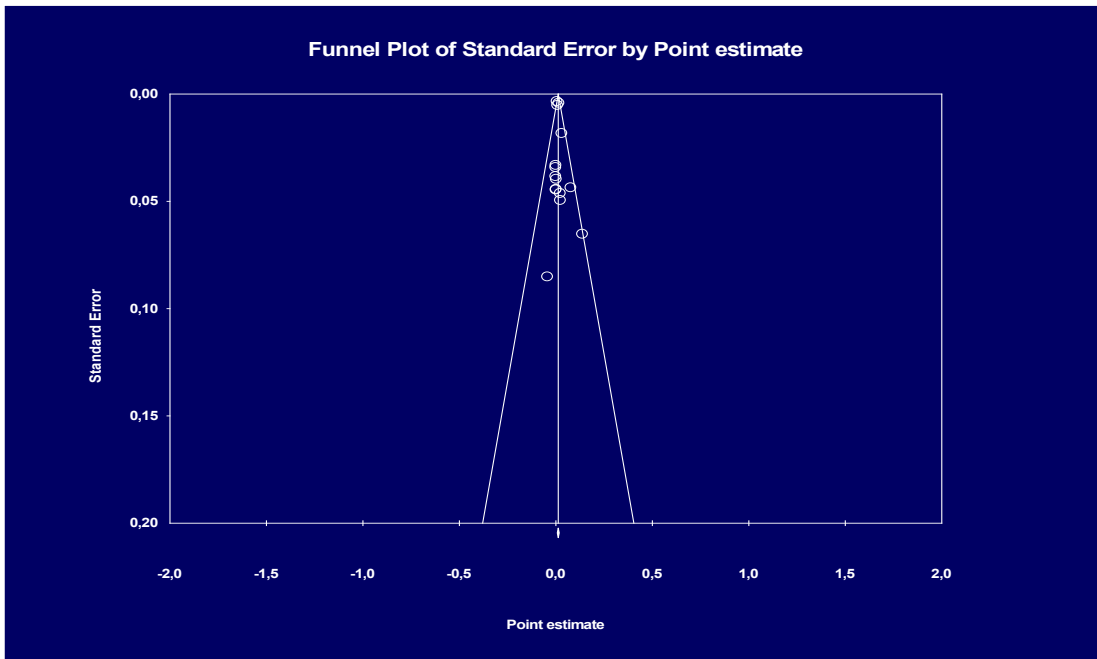
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.4. Escenario dinámico general (tipo no inst.)**



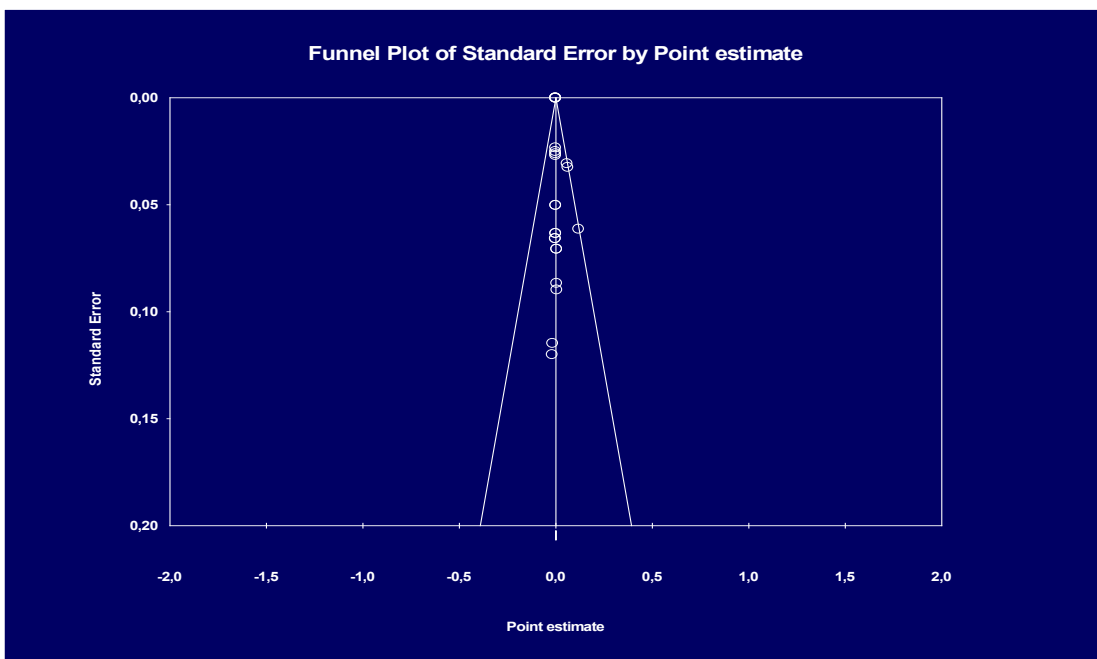
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.5. Escenario dinámico general (tipo ingresos viajes)**



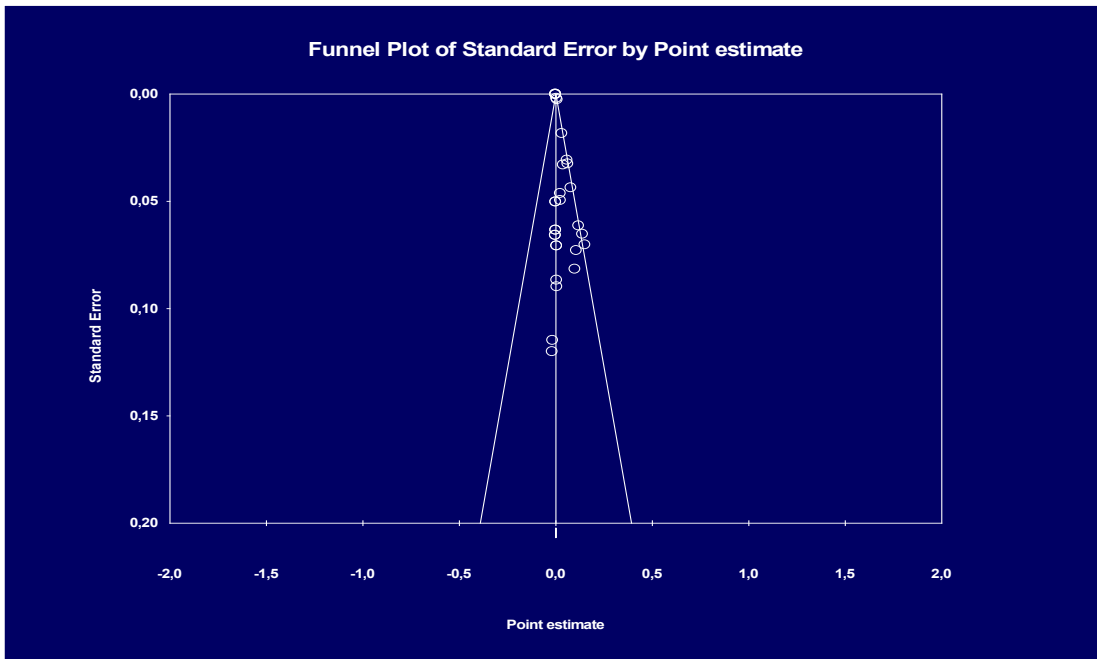
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.6. Escenario dinámico general (tipo llegadas)**



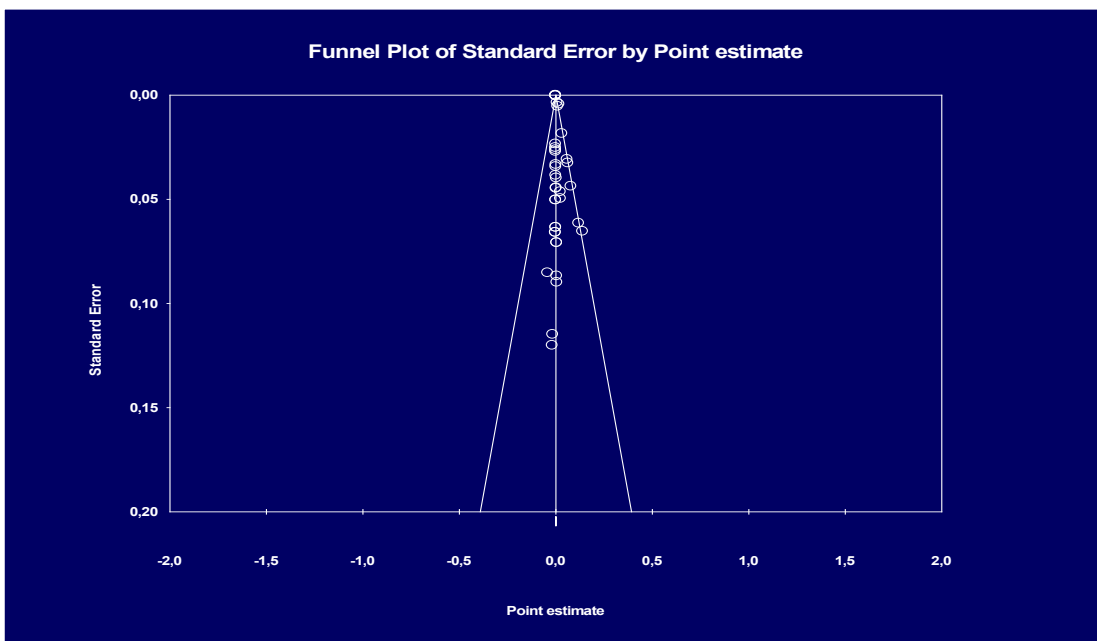
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.7. Escenario dinámico general (tipo países específicos)**



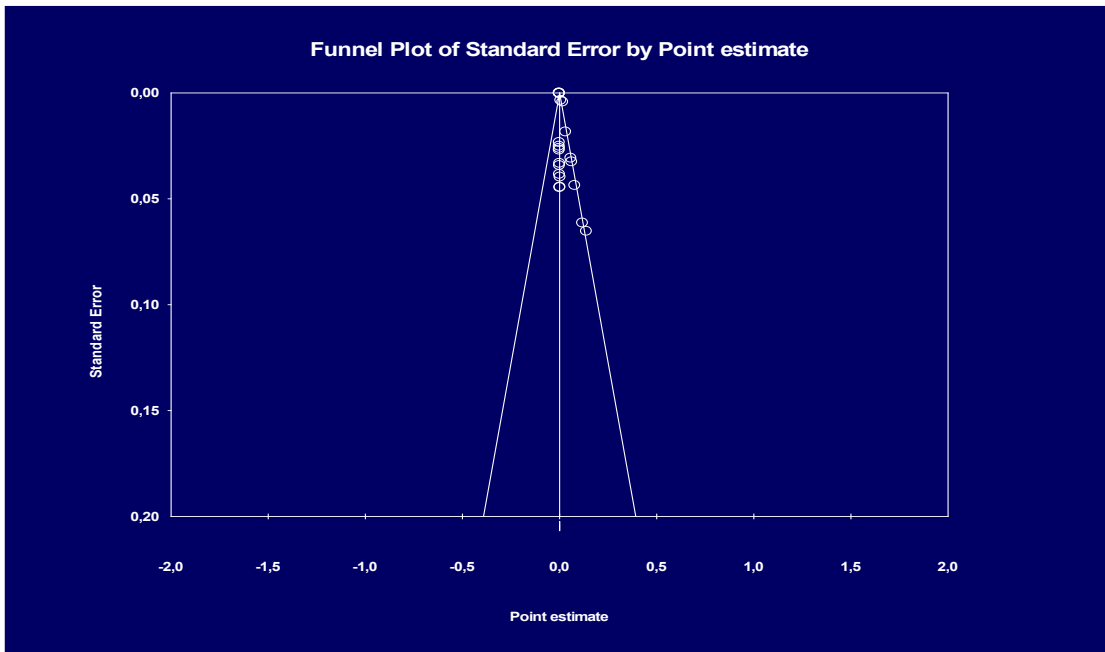
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.8. Escenario dinámico tipo a (tipo general)**



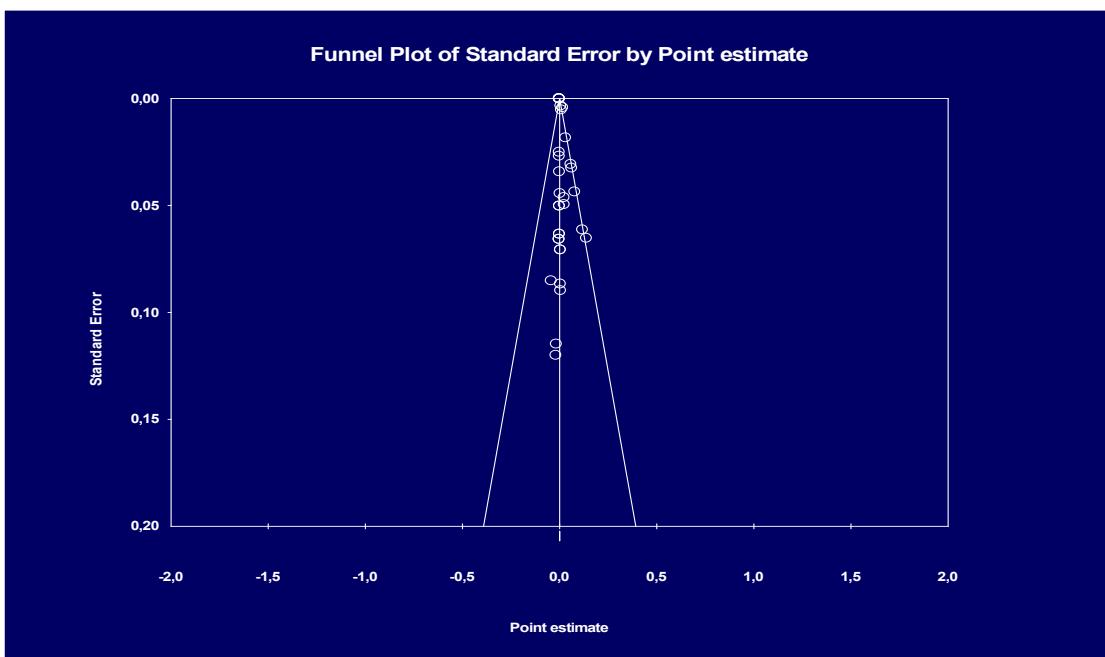
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.9. Escenario dinámico tipo a (tipo t)**



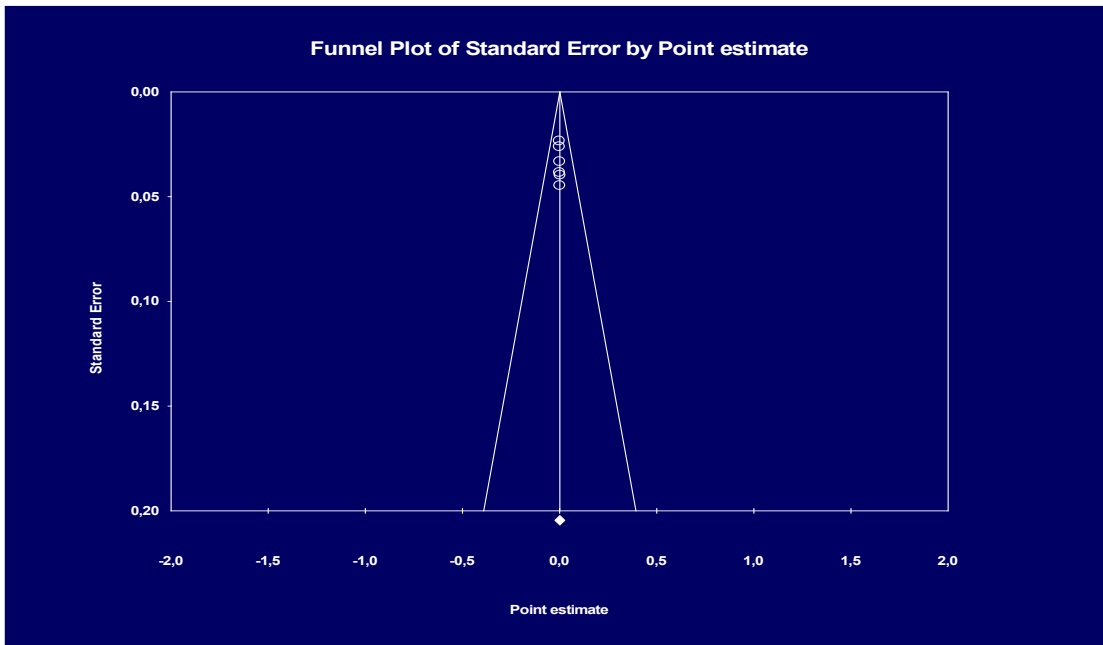
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.10. Escenario dinámico tipo a (tipo inst.)**



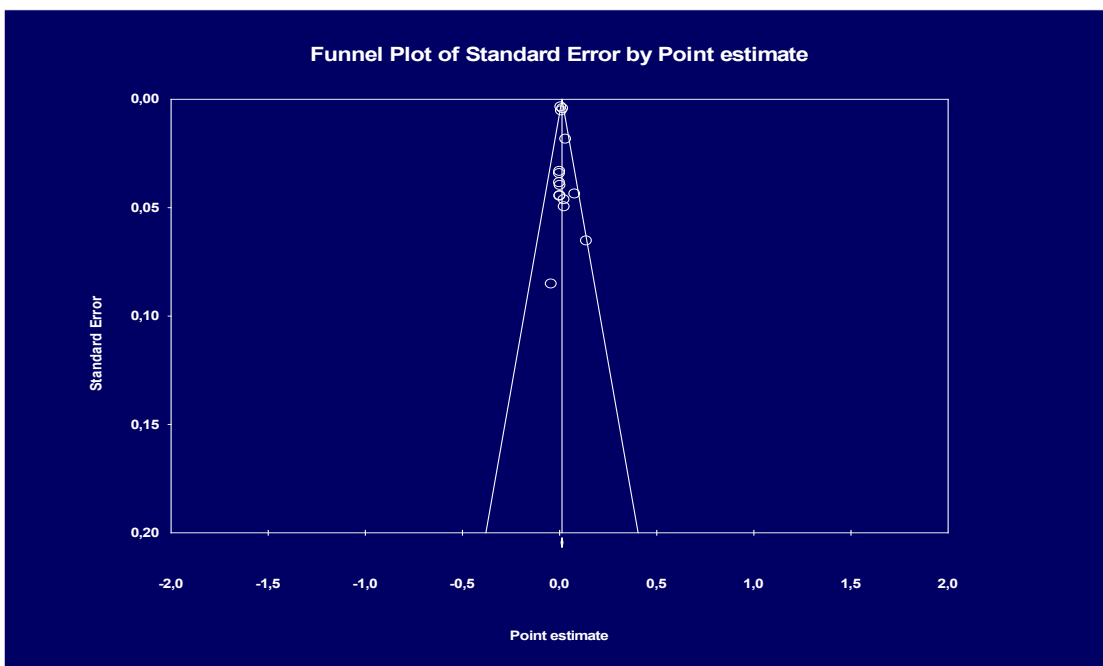
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.11. Escenario dinámico tipo a (tipo no inst.)**



Fuente: Elaboración propia.

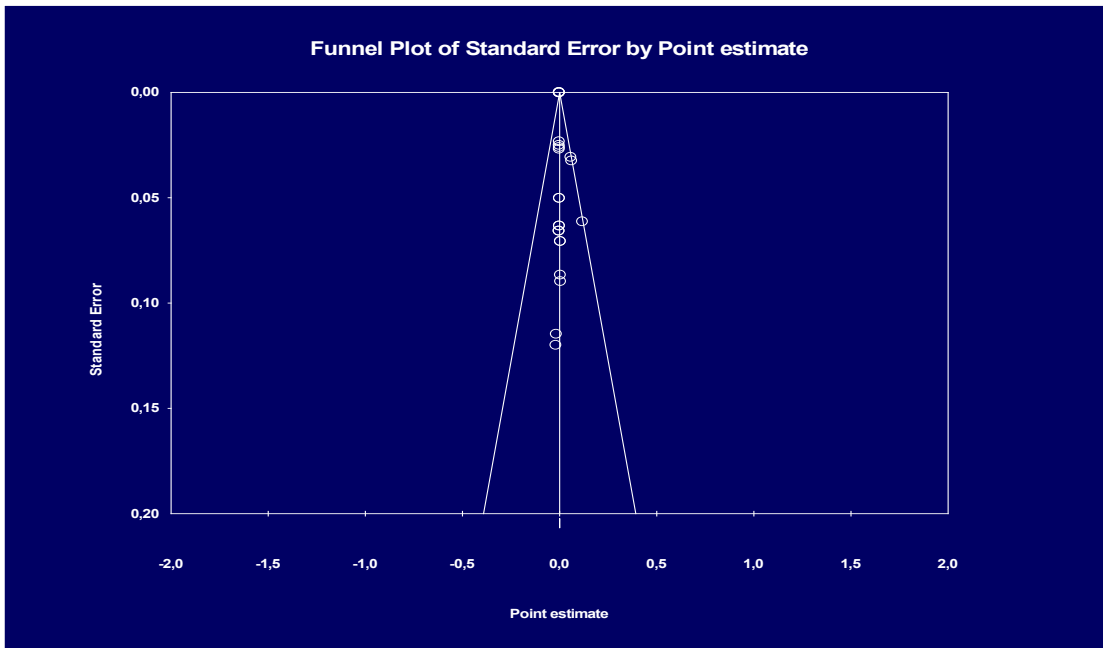
**Gráfico de embudo 3.12. Escenario dinámico tipo a (tipo ingresos viajes)**



Fuente: Elaboración propia.

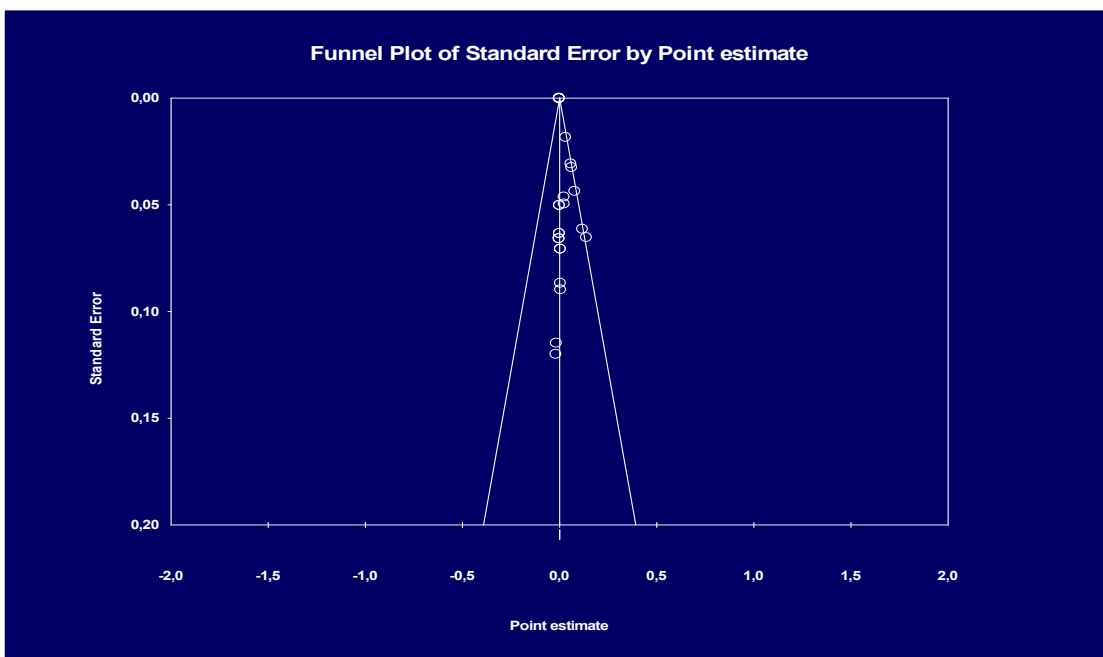


**Gráfico de embudo 3.13. Escenario dinámico tipo a (tipo llegadas)**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico de embudo 3.14. Escenario dinámico tipo a (tipo países específicos)**



Fuente: Elaboración propia.

En todo caso, el poder de detección de ambas pruebas estadísticas y la objetividad de los gráficos de embudo han sido cuestionados por autores como Macaskill et al. (2001), Palma-Pérez y Delgado-Rodríguez (2006) y Sterne et al. (2001), entre otros. Por lo cual, la misma Tabla 3.5, en su última columna, realiza una interpretación cuantitativa de los posibles sesgos, mediante la aplicación del método de Ajuste y Relleno, desarrollado por Duval y Tweedie (2000). Como se comentó en el apartado 1.3, esta técnica se basa en detectar el número de estudios perdidos que serían necesarios para lograr un gráfico de embudo totalmente simétrico.

De este modo, de la última columna de la Tabla 3.5, se puede deducir que en 19 de los 38 escenarios considerados, se pierde uno o ningún estudio que potencialmente pudiese modificar el efecto resumen. Estos escenarios están, en general, en relación con los modelos no dinámicos. En 10 escenarios se detecta la existencia de sesgo de publicación con más de 2 estudios perdidos, y la técnica de Ajuste y Relleno calcula las estimaciones reajustadas. De acuerdo con el significado del sesgo de publicación, si otras estimaciones futuras fuesen añadidas, el efecto resumen se podría modificar, por lo que podemos concluir que el efecto resumen obtenido efectivamente para estos 10 escenarios que presentan sesgo de publicación, está sobreestimando la contribución del turismo al PIB. La Tabla 3.5 se completa con los 9 escenarios restantes para completar el total de 38, de los que no puede calcularse el sesgo de publicación, por estar formados por una muestra solamente de 2 estimaciones.

### 3.6. CONCLUSIONES

Los modelos teóricos que consideran una relación causal entre el crecimiento económico y el turismo (la denominada hipótesis TLG: “*Tourism Lead Growth*”) son un fenómeno reciente. En este apartado se realiza un metaanálisis, que sintetiza la evidencia empírica previa, derivada de estimaciones obtenidas mediante la técnica de datos de panel.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede concluir que el turismo contribuye al crecimiento económico, lo que corrobora la hipótesis de partida y sugiere que los esfuerzos económicos para promover el turismo tendrán un efecto positivo en la actividad económica general del país. Sin embargo, la magnitud del efecto varía de acuerdo con el procedimiento metodológico empleado en la estimación empírica procedente del estudio original. Así, cuando el método de estimación se vuelve más específico, el valor de la elasticidad (productividad económica respecto del turismo) tiende a disminuir. Así, la inclusión de variables explicativas para el crecimiento económico, además de la que representa al turismo, tiende a reducir el valor de dicha elasticidad. Asimismo, cuando se consideran variables temporales y variables instrumentales, el valor de la elasticidad tiende a disminuir. Las estimaciones dependen también de la *proxy* utilizada para medir el turismo. Cuando la *proxy* son los ingresos turísticos, la elasticidad es mayor que cuando se utiliza el número de llegadas.

En este punto, se entiende primordial que la investigación futura incluya variables explicativas del crecimiento económico en las estimaciones llevadas a cabo y

en las funciones a estimar, incluyendo variables temporales e instrumentales, especificadas adecuadamente. También resulta bastante apropiado que las estimaciones utilicen como variables *proxy* de turismo tanto las llegadas como los ingresos turísticos por viajes. Si los datos disponibles no son suficientes para calcular estas referencias, pueden ser utilizadas otras variables de una magnitud similar. Por ejemplo, los epígrafes de las sub-balanzas de la balanza de pagos relacionados con el turismo, como una alternativa a la magnitud de los ingresos de viajes.

Las estimaciones de la muestra pueden dividirse claramente en dos submuestras: las basadas en modelos dinámicos y las basadas en modelos no dinámicos. El metaanálisis aplicado a las estimaciones basadas en las funciones dinámicas muestra que la elasticidad a corto plazo es pequeña, dando lugar a un efecto resumen aleatorio reajustado que oscila entre 0,0004 y 0,0123. El efecto inicial se prolonga en el tiempo, por lo que, a largo plazo, el valor medio de la elasticidad está en un rango entre 0,002 y 0,110. El valor de este multiplicador a largo plazo se obtiene a partir de estimaciones que incluyen variables de crecimiento económico, además del turismo (tipo A). Por lo tanto, aunque el efecto inicial del turismo en el PIB es pequeño, se incrementa con el tiempo. Por ello, los responsables políticos y la industria turística deben planificar acciones a largo plazo, ya sean públicas, privadas o mixtas, con el fin de optimizar los recursos invertidos.

El metaanálisis aplicado a las estimaciones basadas en funciones no dinámicas, muestra que las elasticidades alcanzan un valor medio de 0,266 para la muestra total. Sin embargo, los resultados de los modelos no dinámicos se deben considerar con cautela debido a que el proceso de generación de datos está mejor descrito como panel

dinámico. Además, este valor puede estar sobrestimado porque la mayoría de las estimaciones eran de tipo B para escenarios no dinámicos que no incluyen otras variables explicativas del crecimiento económico. El efecto resumen aleatorio obtenido para escenarios no dinámicos tipo A, fue sólo 0,038, situándose dentro del rango de valores calculado para el multiplicador a largo plazo.

Por último, los resultados del metaanálisis indican que el efecto del turismo tiende a ser ligeramente mayor para las muestras concretas de países. Sin embargo, no había suficientes estudios de datos de panel en relación con los grupos de países similares para que este resultado pueda ser precisado. Por lo tanto, futuras investigaciones enfocadas en grupos específicos de países (especializados en turismo, de regiones geográficas específicas, con niveles de ingresos similares) ampliarían probablemente nuestros resultados.

### REFERENCIAS CAPÍTULO III

- Adamou, A. y Clerides, S. (2010). Prospects and limits of tourism-led growth: The international evidence. *Review of Economic Analysis*, 3, 287-303.
- Allen, M., Casey, M.K., Carson, E., Chopski, K., Considine, J., Donlin, M., Gaworska, K., Huebner, B., Kopaczewski, S. y Woods, V. (2002). Changing circumstances: the impact of marketing HIV treatment on AIDS education and prevention. Manuscrito no publicado. Michigan State University.
- Antman, E. M., Lan, J., Kupelnick, B., Mosteller, F., Ohalmers, T. C. (1992). A comparison of results of meta-analyses of randomized control trials and recommendations of clinical experts. *The journal of the American Medical Association*, 268, 240-248.
- Arnqvist, G. y Wooster, D. (1995). Meta-analysis: synthesizing research findings in ecology and evolution. *TREE*, 10, 236-240.
- Arslanturk, Y., Balcilar, M. y Ozdemir, Z.A. (2011). Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28, 664-671.
- Baaijens, S.R. y Nijkamp, P. (2000). Meta-analytic methods for comparative and exploratory policy research: An application to the assessment of regional tourist multipliers. *Journal of Policy Modeling*, 22, 821-858.

- Baaijens, S.R., Nijkamp, P. y Van Montfort, K. (1998). Explanatory meta-analysis for the comparison and transfer of regional tourist income multipliers. *Regional Studies*, 32, 839-849.
- Balaguer, J. y Cantavella-Jordà, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Begg, C.B. y Mazumba, M. (1994). Operating characteristics of a rank correlation test for publication bias. *Biometrics*, 50, 1088-1101.
- Belisle, F. y Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents. *Annals of Tourism Research*, 8, 83-97.
- Bennett, E. M., Alpert, R., y Goldstein, A.C. (1954). Communications through limited response questioning. *Public Opinion Quarterly*, 18, 303-308.
- Beretvas, S. N., Suizzo, M. A., Durham, J.A. y Yarnell, L.M. (2009). A reliability generalization study of scores on Rotters and Nowicki-Strickkands locus of control scales. *Educational and Psychological Measurement*, 68, 97-119.
- Bhagwati, J. y Srinivasan, T. (1979). Trade policy and development. En Dornbunsch, R., y Frenkel, J. *International Economic Policy: Theory and Evidence*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1-35.
- Bijmolt , T.H.A. y Pieters, R.G.M. (2001). Meta-analysis in marketing when studies contain multiple measurements. *Marketing Letters*, 12, 157-169.
- Birge, R.T. (1932). The calculation of errors by the method of least squares. *Physical Review*, 40, 207-227.

- Bonta, J., Gendreau, P. (1990). Reexamining the cruel and unusual punishment of prison life. *Law & Human Behavior*, 14, 347-372.
- Borenstein, M., Hedges, L., Higgins, J.P.T. y Rothstein, H.R. (2009). *Introduction to meta-analysis*. Chichester, UK: Wiley.
- Botella, J. y Gambara, H. (2002). *Qué es el metaanálisis*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Botella, J. y Gambara, H. (2006). Cómo Hacer e Informar de un Metaanálisis. *International Journal of Clinical & Health Psychology*, 6(2), 425-440.
- Brida, J.G. y Risso, W.A. (2009). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 178-185.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., Lionetti, S. y Risso, W.A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16 (3), 765-771.
- Calantone, R.J., Di Benedetto, C.A. y Bojanic, D. (1987). A comprehensive review of the tourism forecasting literature. *Journal of Travel Research*, 26, 28-39.
- Cappelleri, J.C., Ioannidis, J.P., Schmid, C.H., de Ferranti, S.D., Aubert, M., Chalmers, T.C. y Lau, J. (1996). Large trials vs. meta-analysis of smaller trials: how do their results compare? *Journal of the American Medical Association*, 276(16), 1332-1338.
- Carlsen, J. y Boksberger, P. (2011). The blending of wine and tourism experiences: A metaanalysis. En M.J. Gross (Ed.). *CAUTHE 2011 National conference tourism:*



*creating a brilliant blend* (pp. 983-989). Adelaide, S.A.: University of South Australia.

Castillo-Manzano, J.I. y Castro-Nuño, M. (2012). Driving licenses based on points system: an efficient road safety strategy or a global fashion transport policy? A worldwide meta-analysis. *Transport Policy*, 21, 191-201.

Céspedes, A.J. (1995). El metaanálisis. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 2, 177-190.

Chalmers, T.C. (1987). *Meta-analysis in clinical medicine*. Comunicación presentada al 100<sup>th</sup> Annual Meeting of the American Clinical & Climatological Association. Ponte Vedra Beach, Florida, octubre.

Chalmers, T.C., Hedges, L.V. y Cooper, H. (2002). A brief history of research synthesis. *Evaluation y the Health Professions*, 25, 12-37.

Chappell, F.M., Raab, G.M. y Wardlaw, J.M. (2009). When are summary ROC curves appropriate for diagnostic meta-analyses? *Statistics in Medicine*, 28, 2653-2668.

Chen, C.-F. y Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.

Chu, H., Nie, L., Cole, S.R. y Poole, C. (2009). Meta-analysis of diagnostic accuracy studies accounting for disease prevalence: alternative parametrizations and model selection. *Statistic in Medicine*, 28, 2384-2399.

- Clearly, R.J. y Casella, G. (1997). An application of Gibbs sampling to estimation in meta-analysis: accounting for publication bias. *Journal of Educational & Behavioral Statistics*, 22, 141-154.
- Cochran, W.G. (1937). Problems arising in the analysis of a series of similar experiments. *Journal of the Royal Statistical Society, Supplementary*, 4, 102-118.
- Cochran, W.G. (1954). The combination of estimates from different experiments. *Biometrics*, 10, 101-129.
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 37-46.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences. (2nd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Collins, R., Gray, R., Godwin, J. y Peto, R. (1987). Avoidance of large biases and large random errors in the assessment of moderate treatment effects: The need for systematic overviews. *Statistics in Medicine*, 6, 245-250.
- Comisión Europea, (2013). Euro-Aid. Cooperation office. Recuperado el 01-05-2013. [http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too\\_pan\\_res\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too_pan_res_es.pdf)
- Cooper, H. (1998). *Synthesizing research: A guide for literature reviews*. Thousand Oaks, CA. Sage.
- Cooper, H. y Hedges, L.V. (1994). *The handbook of research synthesis*. New York: Russell. Sage.

- Cortés-Jiménez, I. (2010). Which type of tourism matters to the regional economic growth ? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10, 12-139.
- Cortés-Jiménez, I. y Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 13, 61-74.
- Crouch, G.I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 22, 103-118.
- Dann, G., Nash, D. y Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 15, 1-28.
- Davis, D., Allen, J., Consenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27, 2-8.
- De Dominicis, L., Florax, R.J. y De Groot, H.L. (2008). A meta-analysis on the relationship between income inequality and economic growth. *Scottish Journal of Political Economy*, 55, 654-682.
- Delgado-Rodríguez, M. (2001). Glossary on meta-analysis. *Journal of Epidemiology. Commun Health* ,55, 534-536.
- Demets, D.L. (1987). Methods for combining randomized clinical trials: Strengths and limitations. *Statistics in Medicine*, 6, 341-348.
- Dendaluze, I. (1997). La validez teórica de la investigación empírica en Ciencias Sociales. *Revista Internacional de Estudios Vascos*, 42(1), 77-101.

- Doucouliagos, H. y Paldam, M. (2008). Aid effectiveness on growth: A meta study. *European Journal of Political Economy*, 24, 1-24.
- Doucouliagos, H. y Ulubaşođlu, M.A. (2008). Democracy and economic growth: A meta-analysis. *American Journal of Political Science*, 52, 61-83.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10, 305-316.
- Dritsakis, N. (2011). Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach. *Tourism Economics*, 18, 801-816.
- Durbarry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 29, 862-865.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10, 389-401.
- Duval, S. y Tweedie, R. (2000). Trim and fill: a simple funnel plot based method of testing and adjusting for publication bias in meta-analysis. *Biometrics*, 56, 455-463.
- Eddy, D.M., Hasselblad, V. y Shachter, R. (1995). *Meta-analysis by the confidence profile methods: The statistical synthesis of evidence*. Boston, MA: Academic Press.
- Egger, M., Smith, G.D., Altman, D.G. (2001). *Systematic reviews in health care: Meta-analysis in context, (2nd ed.)*. London: BMJ Books.

- Egger, M., Smith, G.D., Schneider, M. y Zinder, C.H. (1997). Bias in meta-analysis detected by a simple, graphical test. *British Medical Journal*, 31, 629-634.
- Eugenio-Martín, J.L., Morales, N.M. y Scarpa, R. (2004). *Tourism and economic growth in Latin American countries: a panel data approach*. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro 26.
- Farley, J. U. y Lehmann, D.R. (1986). *Meta-analysis in marketing: generalization of response models*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Fayissa B., Nsiah C. y Tadasse B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14, 807-818.
- Fayissa B., Nsiah C. y Tadasse B. (2009). *Tourism and economic growth in Latin American countries (LAC): Further empirical evidence*. Working Papers 200902, Middle Tennessee State University, Department of Economics and Finance.
- Field, A.P. y Gillet, R. (2010). How to do a meta-analysis. *British Journal of Mathematical & Statistical Psychology*, 63, 665-694.
- Figini, P. y Vici, L. (2010). Tourism and growth in a cross-section of countries. *Tourism Economics*, 16, 789-805.
- Fleiss, J.L. (1993). The statistical basis of meta-analysis. *Statistical Methods in Medical Research*, 2, 121-149.
- Glass, G.V. (1976). Primary, secondary, and meta-analysis of research. *Educational Researcher*, 5, 3-8.

- Glass, G.V. (1977). Integrating findings: the meta-analysis of research. *Review of Research in Education*, 5, 351-371.
- Glass, G.V., McGaw, B. y Smith, M.L. (1981). *Meta-analysis in social research*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- Gunduz, L. y Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?. *Applied Economics Letters*, 12, 499-504.
- Hafdahl, A.R. (2009). Improved Fisher z estimators for univariate random-effects metaanalysis of correlations. *British Journal of Mathematical & Statistical Psychology*, 62, 233-261.
- Headey, D. y Hodge, A. (2009). The effect of population growth on economic growth: a meta-regression analysis of the macroeconomic literature. *Population and Development Review*, 35, 221-248.
- Hedges, L.V. y Olkin, I. (1985). *Statistical methods for meta-analysis*. Orlando, FL. Academic Press.
- Helpman, E. y Krugman, P. (1985). *Market structure and foreign trade*. Cambridge: MIT Press.
- Higgins, J.P.T. y Thompson, S.G., Deeks, J.J., Altman, D.G. (2003). Measuring inconsistency in meta-analyses. *British Medical Journal*, 327, 557-560.
- Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease?. *Tourism Management*, 32, 922-933.

- Hsiao, Ch. (2003). *Analysis of Panel Data*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huberty, C.J. (2002). A history of effect size indices. *Educational & Psychological Measurement*, 62, 227-240.
- Jin, J.C. (2011). The Effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, XX, 1-8.
- Katircioglu, S. (2010). Testing the tourism-led growth hypothesis for Singapore – an empirical investigation from bounds test to co-integration and Granger causality tests. *Tourism Economics*, 16, 1095-1101.
- Katircioglu, S.T. (2007). Tourism, trade and growth: the case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.
- Katircioglu, S.T. (2009). Revising the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for co-integration. *Tourism Management*, 30, 17-20.
- Khan, H., Seng, C. y Cheong, W. (1990). Tourism multipliers effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 408-418.
- Kim, H.J., Chen, M.H. y Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, 925-933.
- Kohn, R., Levav, I., Zolodek, S. y Richter, M. (1999). Affective disorders among Jews: a historical review and meta-analysis. *History of Psychiatry*, X, 245-267.

- Kremers, H., Nijkamp, P. y Rietveld, P. (2002). A meta-analysis of Price elasticities of transport demand in a general equilibrium framework. *Economic Modelling*, 19, 463-485.
- Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, 188-292.
- Laird, N., Fitzmaurice, G. y Ding, X. (2010). Comments on empirical vs natural weighting in random effects meta-analysis. *Statistics in Medicine*, 29, 1266-1267.
- Lanza A. y Pigliaru F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13, 603-613.
- Lanza, A., Temple, P. y Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: an econometric analysis for 13 OCDE economies. *Tourism Management*. 24, 315-321.
- Lau, R.R., Sigelman, L., Heldman, C. y Rabbitt, P. (1999). The effects of negative political advertisements: a meta-analytic assessment. *American Political Science Review*, 93, 851-875.
- Law, J., Boyle, J., Harris, F., Harkness, A. y Nye, C. (2000). Prevalence and natural history of primary speech and language delay: findings from a systematic review of the literature. *International Journal of Language & Communication Disorders*, 35, 165-188.
- Lean, H.H. y Tang, C.F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for Malaysia? A note. *International Journal of Tourism Research*, 12, 375-378.



- Lee, C.-C. y Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look to panels. *Tourism Management*, 29, 80-192.
- Lee, C-C. y Chien, M-S. (2008). Structural breaks, tourism development, and growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77, 358-368.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S. y Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55, 51-67.
- Letón, E. y Pedromingo, A. (2007). *Introducción al Análisis de Datos en Metaanálisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Light, R.J. y Smith, P.V. (1971). Accumulating evidence: procedures for resolving contradictions among different studies. *Harvard Educational Review*, 41, 429-471.
- Lim, C. (1999). A Meta-Analytic Review of International Tourism. *Journal of Travel Research*, 37, 273-284.
- Linn, R.L. y Hastings, C.N. (1984). A meta-analysis of the validity of predictors of performance in law school. *Journal of Educational Measurement*, 21, 245-259.
- Lipsey, M.W. y Wilson, D.B. (2001). *Practical meta-analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- Lopez-Pina, J.A., Sánchez-Meca, J, y Rosa-Alcázar, A.I. (2009). The Hamilton rating scale for depression: a meta-analytic reliability generalization study. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 9, 143-159.

- Lucas, P.J., Baird, J., Arai, L., Law, C. y Roberts, H.M. (2007). Worked examples of alternative methods for the synthesis of qualitative and quantitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 1-7.
- Macaskill, P., Walter, S.D. e Irwig, L. (2001). A comparison of methods to detect publication bias in meta-analysis. *Statistics in Medicine*, 20, 641-654.
- Manrique, R.D. (2002). El metaanálisis: Consideraciones sobre su aplicación. *Revista CES Medicina*, 16, 55-65.
- Martín, J.L.R., Tobías, A. y Seoane, T. (Coords.) (2006). *Revisiones sistemáticas en ciencias de la vida*. Toledo: FISCAM.
- Mayo, D.G. (1992). Did Pearson reject the Neyman-Pearson philosophy of statistics?. *Synthese*, 90, 233-262.
- McGrew, W.C. y Marchant, L.F. (1997). On the other hand: current issues in and metaanalysis of the behavioral laterality of hand function in nonhuman primates. *Yearbook of Physical Anthropology*, 40, 201-232.
- McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constrain in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388-409.
- Méndez, A. (2011). *Temario Específico de la ESTT-OEP*. Parte común: Seguridad vial. Madrid: Dirección General de Tráfico. Ministerio de Interior.
- Mosteller, F y Bush, R.R. (1954). Selected quantitative techniques. En G. Lindzey (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 289-334). Cambridge, MA: Addison-Wesley.

- Nakagawa, S., Ockendon, N., Gillespie, D.O.S., Hatchwell, B.J. y Burke, T. (2007). Assessing the function of house sparrows bib size using a flexible meta-analysis method. *Behavioral Ecology*, 18 (5), 831-840.
- Narayan, P.K., Narayan, S., Prasad, A. y Prasad, B.C. (2010). Tourism and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. *Tourism Economics*, 16, 169-183.
- Nijkamp, P. y Poot, J. (2004). Meta-analysis of the effect of fiscal policies on long-run growth. *European Journal of Political Economy*, 20, 91-124.
- Novick, M.R., Jackson, P.H., Thayer, D.T. y Cole, N.S. (1972). Estimating multiple regression in m groups: A cross-validation study. *British Journal of Mathematical & Esttistical Psychology*, 25, 22-50.
- O'Mara, A.J. y Marsh, H.W. (2008). *Incorporating Within-Study Correlations in Multivariate Meta-analysis: Multilevel Versus Traditional Models*. SELF Research Centre, University of Oxford. U.K.
- Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
- Olkin, I. (1990). History and goals. En K. W. Wachter y M. L. Straf (Eds.). *The Future of Meta-analysis* (pp. 3-10). New York: Sage.
- Ongan, S. y Demiröz, D.M. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Ekonomicky casopis (Journal of Economics)*, 53, 880-894.

- Palma-Pérez, S. y Delgado-Rodríguez, M. (2006). Practical considerations on detection of publication bias. *Gaceta Sanitaria*, 20, 10-16.
- Pearce, D.G. y Butler, R.W. (2010). *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Peipert, J. F. y Bracken, M.B. (1997). Systematic reviews of medical evidence: the use of meta-analysis in obstetrics and gynecology. *Obstetrics & Gynecology*, 89, 628-633.
- Pellegrini, A. y Zurita, L. (2004). Evaluación preliminar de la primera conferencia de consenso ciudadano en Chile. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 15(5), 351-357.
- Peter, J.P. y Churchill, G.A. Jr. (1986). Relationship among reserarch design choices and psychometric properties of rating scales: A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 23, 1-10.
- Petitti, D.B. (1994). *Meta-Analysis, Decision Analysis, and Cost-Effectiveness Analysis: Methods for Quantitative Synthesis in Medicine*. New York: Oxford University Press.
- Petticrew, M. y Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Malden, MA: Blackwell.
- Phillips, J.M. y Goss, E.P. (1995). The effect of state and local taxes on economic development: a meta-analysis, *Southern Economic Journal*, 62, 320-333.

- Po, W-C. y Huang, B.-N. (2008). Tourism development and economic growth, a nonlinear approach. *Physica A*, 387, 5535-5542.
- Proenca, S. y Soukiazis, E. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal: a panel data analysis at NUTS II and III level. *Center of studies for European Union*, 7 (1), 43-61.
- Romano, J. y Kromrey, J.D. (2009). What are the consequences in the assumption of independent observations is violated in reliability generalization studies? *Educational and Psychological Measurement*, 69 (3), 404-428..
- Rosenthal, R. (1995). Writing meta-analytic reviews. *Psychological Bulletin*, 118, 183-192.
- Rosenthal, R., y DiMatteo, M.R. (2001). Meta-analysis: Recent development in quantitative methods for literature reviews. *Annuary Review of Psycholl*, 52, 59-82.
- Rota, M., Bellocco, R., Scotti, I., Tramacere, I., Jenab, M., Corrao, G., La Vecchia, C., Boffetta, P. y Bagnardi, V. (2010). Random-effects meta-regression models for studying nonlinear dose-response relationship, with an application to alcohol and esophageal squamous cell carcinoma. *Statistics in Medicine*, 29, 2679-2687.
- Rücker, G., Schwarzer, G., Carpenter, J. y Schumacher, M. (2010). Comments on empirical vs natural weighting in random effects metaanalysis. *Statistics in Medicine*, 29, 2963-2966.
- Russ, G.R., Stockwell, B. y Alcalá, A. C. (2005). Inferring versus measuring rates of recovery in no-take marine reserves. *Marine Ecology Progress Series*, 292, 1-12.

- Ryan C. (2005). The ranking and rating of academics and journals in tourism research. *Tourism Management*, 26, 657-662.
- Sánchez-Meca, J. y Botella, J. (2010). Revisiones sistemáticas y metanálisis: herramientas para la práctica profesional. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 7-17.
- Sánchez-Meca, J. y Marín-Martínez, F. (2008). Confidence intervals for the overall effect size in random-effects meta-analysis. *Psychological Methods*, 13, 31-48
- Sánchez-Meca, J., Marín-Martínez, F. y López-López, J. A. (2011). Metaanálisis e intervención psicosocial basada en la evidencia. *Psychosocial Intervention*, 20(1), 95-107.
- Sariisik, M., Turkay, O. y Akova, O. (2011). How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Schmidt, F.L. y Hunter, J.E. (2002). History, development, evolution, and impact of validity generalization and meta-analysis methods. *Educational & Psychological Measurement*, 62, 227-240.
- Schmidt, F.L. y Hunter, J.E. (1977). Development of a general solution to the problem of validity generalization. *Journal of Applied Psychology*, 62, 529-540.
- Schulze, R. (2004). *Meta-analysis: A comparison of approaches*. Gottingen: Hogrefe y Huber Pub.
- Scott, W.A. (1955). Reliability of content analysis: the case of nominal scale coding. *American Psychological Association*, 19, 321-325.

- Seetenah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38, 291-308.
- Sequeira, T.N. y Campos, C. (2005). *International tourism and economic growth: A panel data approach*. Working Papers 141, Fondazione Eni Enrico Mattei.
- Sequeira, T.N. y Nunes, P.M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431-2441.
- Shelmit, I., Mugford, M., Vale, L., Marsh, K., Donaldson, C. y Durmmond, M. (2010). Evidence synthesis, economics and public policy. *Research Synthesis*, 1, 126-135.
- Sinclair, M.T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34, 1-51.
- Singh, D.R. (2008). Small island developing states (SIDS). Tourism and economic development. *Tourism Analysis*, 13, 629-636.
- Slavin, R. y Smith, D. (2009). The relationship between sample sizes and effect sizes in systematic reviews in education. *Education Evaluation & Policy Analysis*, 31, 500-506.
- Smith, D.L. (1999). Getting our act together: lessons on meaningful psychotherapy research from the philosophy of science. *Journal of Clinical Psychology*, 55, 1495-1505.
- Smith, V.K. y Pattanayak, S.K. (2002). Is meta-analysis a Noah's ark for non-market valuation? *Environmental & Resource Economics*, 22, 271-296.

- Smith, V.K. y Kaoru, Y. (1990). Signals or noise? Explaining the variation in recreation benefit estimates. *Economic Letters*, 32, 267-272.
- Snyder, P. y Lawson, S. (1990). Evaluating results using corrected and uncorrected effect size estimates. *Journal of Experimental Education*, 61, 334-349.
- Soukiazis, E., y Proenca, S. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal: A panel data analysis at NUTS II and III levels. *Portuguese Economic Journal*, 7(1), 43-61.
- Stanley, T.D. y Jarrell, S.B. (1989). Meta-regression analysis: a quantitative method of literatura surveys. *Journal of Economic Surveys*, 3, 161-170.
- Sterne, J.A.C., Egger, M. y Smith, G.D. (2001). Investigating and dealing with publication and other biases in meta-analysis. *British Medical Journal*, 323,101-105.
- Sterne, J.A.C., Gavaghan, D. y Egger, M. (2000). Publication and related bias in meta-analysis: power of statistical tests and prevalence in the literature. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53, 1119-1129.
- Sutton, A.J., Abrams, K.R., Jones, D.R., Sheldon, T.A. y Song, F. (2000). *Methods for meta-analysis in medical research*. Chichester, UK: Wiley.
- Szymanski, D. M. y Busch, P.S. (1987). Identifying the generics-prone consumer: a meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 24, 425-431.



- Takkouche, B., Cadarso-Suárez, C. y Spiegelman, D. (1999). Evaluation of old and new tests of heterogeneity in epidemiologic meta-analysis. *American Journal of Epidemiology*, 150, 206-215.
- Thornton, A. y Lee, P. (2000). Publication bias in meta-analysis: its causes and consequences. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53, 207-216.
- Tong, L. S. J. y Farrington, D. P. (2006). How effective is the psychology. *Crime y law*, 12, 3-24.
- Trickett, E.J. (1997). Ecology and primary prevention: reflections on a meta-analysis. *American Journal of Community Psychology*, 25, 197-205.
- Trotman, K.T. y Wood, R. (1991). A meta-analysis of studies on internal control judgements. *Journal of Accounting Research*, 29, 180-192.
- Unidad Metaanálisis Universidad de Murcia, 2012. Recuperado el 26/06/2012. (<http://155.54.206.4/asp/searchmetanalalysis.asp>)
- Uysal, M. y Gitelson, R. (1994). Assessment of economic impacts: Festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2, 3-10.
- Verdú, M. y Traveset, A. (2005). Early emergence enhances plant fitness: a phylogenetically controlled meta-analysis. *Ecology*, 86, 1385-1394.
- Viechtbauer, W. (2007). Accounting for heterogeneity via random-effects models and moderator analyses in meta-analysis. *Journal of Psychology*, 215, 104-121.

Wagner, D.M. (2002). Comparing European cities tourism guest surveys: an intelligent meta-analytical approach. *City tourism*, pp. 150-162. K.W. Wober. Wien: Springer-Verlag Wien.

Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30, 615-628.

Westlund, H. y Adam, F. (2010). Social Capital and Economic Performance: A Meta-analysis of 65 Studies. *European Planning Studies*, 18, 893-919.

White, K.R. (1983). The relation between socioeconomic status and academic achievement. *Evaluation Studies Annual Review*, 8, 602-622.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE LOS DATOS DE TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA DE 2001 A 2010**

Como ya se ha señalado en este trabajo, el turismo constituye un sector importante como impulsor del crecimiento de nuestra economía, por ello merece ser objeto de un más intenso y extenso conocimiento. En el presente capítulo se pretende profundizar en ese acercamiento al turismo español, a través del estudio de tres series de datos relacionadas entre sí que proporcionan información acerca de las llegadas de turistas a nuestro país, del gasto que estos turistas realizan y de sus pernoctaciones, todo ello referido al periodo que va de 2001 a 2010. Este estudio se ha realizado tanto a nivel nacional como por Comunidades Autónomas, pues si bien dos de los tres indicadores turísticos mencionados para el caso de España han experimentado crecimiento (llegada de turistas, 7,4% y pernoctaciones 4,5%), y el restante decrecimiento (gasto turistas,

-2,08%), su desglose a nivel regional, ha mostrado tendencias muy divergentes por diversas causas, como se verá seguidamente. Para poder interpretar adecuadamente la evolución de estas tres series de datos durante el periodo de estudio, es preciso prestar atención, simultáneamente, a un conjunto de circunstancias de muy diversa índole que han incidido de forma desigual en el sector turístico español. De entre estas circunstancias cabe distinguir, de un lado, aquéllas que han representado ventajas o puntos fuertes para este sector, frente a otras que han supuesto desventajas o puntos débiles. Algunas han tenido repercusiones sobre la oferta turística haciéndola más o menos competitiva en relación al turismo mundial, y otras han puesto de relieve la elevada sensibilidad del sector turístico a factores endógenos y exógenos al mismo.

#### 4.1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha ido consolidando paulatinamente en nuestro país como una actividad económica estratégica (Vacas y Landeta, 2009). Esta afirmación, que en nuestros días no resulta cuestionable, sí lo ha sido hasta hace relativamente poco tiempo. La propia OMT (Organización Mundial del Turismo), organismo de las Naciones Unidas encargado de promover un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, que contribuya al crecimiento económico y a la sostenibilidad ambiental, en su informe de 1992, denunciaba ciertas políticas económicas gubernamentales desarrolladas en el mundo, por considerar que se volcaban mayoritariamente en los sectores primario y secundario, olvidando el potencial económico del turismo (UNWTO, 1992).

Y es que, hasta casi finales del siglo pasado, el turismo en España se ha venido considerando principalmente como un medio para financiar el déficit comercial de la balanza de pagos y, en menor medida, como una actividad primordial de la economía española (Vacas y Landeta, 2009). Como se ha indicado más arriba, comenzaremos este estudio enfocándolo hacia el turismo internacional que llega a nuestras fronteras, auténtico iniciador y motor básico del desarrollo del sector turístico español (Velasco, 2005). Somos conscientes de que no resulta académicamente correcta la denominación “sector turístico” ya que los sectores productivos son definidos desde el lado de la oferta, es decir, por el bien o servicio ofrecido, y no desde el lado de la demanda, y la demanda turística actúa en varios sectores productivos: hotelería, hostelería, transporte, comercio, ocio, cultura, inmobiliario, etc. A pesar de ello hay que reconocer que la

expresión “sector turístico” tiene un uso coloquial, no académico, generalizado (Vacas y Landeta, 2009).

En la clasificación mundial, tanto por el número de turistas extranjeros como por los ingresos que éstos representan, España se viene situando durante los últimos lustros entre los puestos segundo y tercero (UNWTO, 2000 a 2011). Esta importancia del turismo se recoge en la Tabla 4.1, que muestra las cifras del total de visitantes, turistas y excursionistas que llegaron a España en el período 2000-2010. Hay que tener presente que los términos turista, visitante y excursionista, se utilizan en este trabajo de acuerdo con la definición que da el Instituto de Estudios Turísticos. Así, se entiende por visitante toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, bien dentro o fuera de su país de residencia, por duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. La distinción entre las dos categorías posibles de visitantes (turista y excursionista o visitante de un día), responde únicamente al criterio de pernoctaciones realizadas en el/los lugar/es visitado/s: al menos una, en el primer caso y ninguna en el segundo caso. De ese modo, se entiende por turista el visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado, mientras el excursionista será el visitante que no pernocta en el país visitado. Por tanto, la cifra de visitantes de un país será el resultado de sumar la cifra de turistas y de excursionistas que lo han visitado.

En relación al número de turistas, la Tabla 4.1 muestra cómo en el total de la década éstos han crecido hasta alcanzar 4,78 millones de personas, es decir un 10,28%, y ello a pesar de la espectacular caída registrada en las cifras de turistas en los años

2008 y 2009 que, sumadas, ascendieron a -6,48 millones de turistas, reflejo directo de la recesión mundial que arrancó a finales de 2007.

**Tabla 4.1. Total visitantes, turistas, excursionistas y variación cuantitativa y relativa de turistas (2000-2010) (Millones de personas, %)**

Año	Total Visitantes	Nº Turistas	Nº Excursionistas	Variac. Anual Nº		Variac. Acumulada Nº	
				Turistas		Turistas	
2000	74.461.889	47.897.915	26.563.974	0	0,0%	0	0,0%
2001	75.563.568	48.565.344	26.998.224	667.429	1,39%	667.429	1,39%
2002	79.313.327	50.330.623	28.982.704	1.765.279	3,63%	2.432.708	5,03%
2003	82.326.151	50.853.815	31.472.336	523.192	1,04%	2.955.900	6,07%
2004	85.981.317	52.429.832	33.551.495	1.576.017	3,10%	4.531.917	9,17%
2005	92.563.172	55.913.778	36.649.394	3.483.946	6,64%	8.015.863	15,81%
2006	96.152.210	58.004.462	38.147.748	2.090.684	3,74%	10.106.547	19,55%
2007	98.906.625	58.665.504	40.241.121	661.042	1,14%	10.767.589	20,69%
2008	97.847.162	57.316.237	40.530.925	-1.349.267	-2,30%	9.418.322	18,39%
2009	91.899.197	52.177.640	39.721.557	-5.138.597	-8,97%	4.279.725	9,43%
2010	93.744.178	52.676.973	41.067.205	499.333	0,96%	4.779.058	10,38%

Fuente: Elaboración Propia con datos procedentes del Instituto de Estudios Turísticos (Frontur, 2000 a 2010).

Igualmente, el turismo internacional es una de nuestras principales fuentes de ingresos, como muestra la Tabla 4.2. En términos agregados, las Columnas A, B y C reflejan los ingresos, los pagos y el saldo del concepto Turismo y Viajes, respectivamente, de la Balanza de Pagos para el período del 2001 al 2010; en la Columna D, figura el déficit comercial; en la Columna E, la tasa de cobertura del turismo como ratio que se obtiene de dividir el saldo de los ingresos y pagos del turismo

por el déficit comercial; finalmente, la Columna F recoge el porcentaje que los ingresos por turismo han alcanzado respecto al PIB nacional en cada año. Si se analiza con más detalle la evolución de la tasa de cobertura del turismo de la Columna E, es posible observar cómo durante toda la década estudiada el concepto Turismo y Viajes ha cubierto, de media, el 52% del déficit comercial (tasa de cobertura) (Vacas y Landeta, 2009). Este nivel de tasa de cobertura se ha ido deteriorando durante la década principalmente por dos motivos. Uno ha sido el crecimiento del déficit comercial (crece en el período estudiado 10.701,7 millones de euros, lo que supone un 29,4%). Otro, el descenso del saldo positivo de los ingresos por turismo debido a la ascendente salida de españoles al extranjero, lo que explica que, mientras los ingresos sólo aumentaron en 3.318,3 millones de euros (crecieron un 8,2%), los pagos lo hicieron en 6.002,2 millones de euros (crecieron un 90,1%). Del análisis de la Columna F, que muestra la evolución de la importancia relativa que los ingresos procedentes del turismo que nos visita representan en el PIB español, es posible observar una paulatina reducción de ese ratio desde el 12,1% en 2001 hasta el 10,2% en 2010.

Sin embargo, si bien los datos ofrecidos en las Tablas 4.1 y 4.2 permiten intuir la importancia que el turismo extranjero puede suponer para el crecimiento económico español, es conveniente hacer referencia también a una serie de circunstancias ya enunciadas anteriormente que inciden de forma desigual en ese turismo y cuyo estudio proporciona una visión más completa de su evolución en el período considerado. Así, la favorable evolución que muestran los ingresos procedentes del turismo extranjero y que se reflejan en las Columnas A y F de la Tabla 4.2, se explica, en buena medida, por la existencia de una serie de ventajas competitivas o puntos fuertes respecto a otros países.



Estas ventajas pueden ser, unas encontradas o naturales, y otras buscadas o fabricadas mediante actuaciones de política económica.

**Tabla 4.2. Balanza de Pagos del concepto turismo y viajes. Déficit comercial balanza de pagos. Cobertura del saldo de turismo del déficit comercial (2001-2010)**

(Millones de euros corrientes. %)

Año	Balanza Pagos: Turismo y Viajes			D Balanza Pagos Déficit Comercial	E Cobertura(Saldo Turismo/Déficit Comercial	F Porcentaje Ingresos Turismo sobre PIB
	A Ingresos	B Pagos	C Saldo			
2001	36.602,4	6.660,7	29.941,7	36.396,4	82,3%	12,1%
2002	33.557,0	7.686,9	25.870,1	36.509,7	70,9%	11,8%
2003	35.047,1	8.009,9	27.037,2	39.838,8	67,9%	11,4%
2004	36.376,3	9.772,1	26.604,2	53.660,2	49,6%	11,0%
2005	38.558,3	12.125,2	26.433,1	68.603,2	38,5%	10,8%
2006	40.715,0	13.265,7	27.449,3	83.271,6	33,0%	10,9%
2007	42.170,5	14.360,4	27.810,1	89.805,6	31,0%	10,8%
2008	41.900,9	13.834,3	28.066,6	86.723,5	32,4%	10,5%
2009	38.125,0	12.086,2	26.038,8	45.057,9	57,8%	10,3%
2010	39.620,7	12.662,9	26.957,8	47.097,9	57,2%	10,2%

Fuente: Elaboración Propia con datos procedentes del Banco de España y del Instituto Nacional de Estadística (Banco de España, 2001 a 2010; INE, 2001 a 2010).

Entre las ventajas no buscadas o naturales cabe señalar, en primer lugar, una excelente situación geográfica, que permite ofrecer climas benignos comparativos y con mucho sol a nuestros visitantes procedentes, en su mayoría, de los fríos y lúgubres países del centro y del norte de Europa. En segundo lugar, la propia fisonomía

geográfica de España, que posibilita la existencia de miles de kilómetros de costas accesibles junto a numerosas cordilleras y sierras; sin duda, constituye otro gran activo de nuestro país. En tercer lugar, nuestra cultura, uno de los atractivos más valorado por los turistas extranjeros, que se materializa en un amplio patrimonio cultural enriquecido a lo largo de siglos de historia compartida por la confluencia de multitud de pueblos invasores. Finalmente nuestra riqueza gastronómica, que en los últimos años y gracias al genio y al esfuerzo de grandes maestros innovadores de la cocina, ha permitido que nuestro país se sitúe entre los primeros puestos de la alta cocina mundial.

Si atendemos a las ventajas fabricadas, las más apreciadas por nuestros turistas extranjeros son la seguridad, el nivel de infraestructuras y la amplia variedad en posibilidades de ocio (Vacas y Landeta, 2009). Al logro de estas ventajas puede contribuir la política económica. De entre las ventajas que han resultado de medidas de política económica adoptadas pueden enumerarse las siguientes. En primer lugar, la entrada en circulación del euro en enero de 2002. Esta acción sirvió para aumentar la competitividad del sector turístico, tanto desde el lado de la oferta, ya que la caída del velo monetario permitió reducir costes a las empresas turísticas al desaparecer las comisiones cambiarias, como desde el de la demanda, al posibilitar la comparación inmediata de precios, sin la incertidumbre de los tipos de cambio. Si bien, la moneda única, supuso igualmente la pérdida de un instrumento de política monetaria -la devaluación- frecuentemente utilizado en nuestro país en épocas de crisis como fórmula fácil de aplicar y efectiva, para salir de las mismas vía deflación externa. Herramienta ésta que además, continúan utilizando la totalidad de nuestros países competidores del mediterráneo oriental, entre los que cabe citar a Egipto, Túnez, Turquía, Marruecos y Croacia, entre otros.

En segundo lugar, la puesta en marcha del Plan Estratégico de Actuaciones de las Administraciones del Estado presentado en noviembre de 1997 en el III Congreso Nacional de Turismo, que constaba de trece medidas de política turística. Una de las principales medidas de ese plan ha sido el desarrollo y ampliación de las estadísticas turísticas. En este sentido, se llevó a cabo la implantación de los Indicadores Estadísticos para el Análisis de la Economía del Turismo (Sintur). Ello ha permitido, por un lado, mejorar las dos estadísticas turísticas básicas recién creadas: Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) y Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur).

La encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) es mensual, está realizada por el Instituto de Estudios Turísticos, y fue implantada en mayo de 1996, siendo su objetivo la cuantificación y caracterización de los flujos de entrada de visitantes por las fronteras españolas. Utiliza un sistema mixto para la obtención de sus datos: 1) Registros administrativos (para todos los medios de transporte contemplados: carretera, avión, tren y barco), proporcionado por distintos organismos y empresas públicas responsables de las distintas vías de acceso a España, 2) Conteos manuales de vehículos y personas en pasos fronterizos de carretera, 3) Encuestas por muestreo en la entrada y salida de España en carreteras, aeropuertos, trenes y puertos marítimos (IET, 2013a).

La encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) recoge información sobre todos los viajes efectuados por los residentes en los hogares españoles y las características básicas de los viajes, tales como: destino principal, tipo de alojamiento, medio de transporte, número de pernoctaciones, etc. La información

está estructurada en tres bloques básicos según las unidades de análisis investigadas: hogares, individuos y viajes (IET, 2013b).

Por otro lado, junto a estas mejoras, el Plan Estratégico de Actuaciones de las Administraciones del Estado impulsó la creación en el año 2001 de una nueva estadística, la Encuesta de Gasto Turístico en España (Egatur). Se trata de una encuesta mensual que se lleva a cabo en los principales pasos fronterizos de carretera, aeropuertos y puertos marítimos. La encuesta se realiza mediante entrevista personal a los visitantes no residentes a la salida de España. El marco de elevación utilizado es el proporcionado por Frontur. Egatur proporciona información sobre el valor agregado del gasto en turismo, los gastos medios por persona y día, y el gasto de los turistas en función de variables socio-demográficas, actividades realizadas, frecuencia viajera, grado de satisfacción con su visita a España, uso de Internet en relación con el viaje, forma de organización del viaje, etc. (IET, 2013c), todo ello con el fin de conocer el gasto realizado por los turistas en nuestro país.

Simultáneamente, se elaboró la Cuenta Satélite del Turismo Español (CST), para medir la dimensión económica real del turismo, reflejar la estructura de costes y de producción de las empresas turísticas y facilitar las estimaciones del impacto turístico en las Comunidades Autónomas. Se trata de un conjunto de cuentas y tablas de carácter anual, basadas en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos del turismo de manera interrelacionada para una fecha de referencia dada. Esas cuentas y tablas se refieren a distintas variables tanto de la oferta como de la demanda turística. En el caso de la oferta, se estudian aspectos como la estructura de producción y costes de las empresas turísticas, el tipo de insumos

necesarios para desarrollar su actividad, el grado de utilización de la mano de obra, las inversiones en capital productivo, el papel de la Administración Pública como oferente directo de servicios o como coadyuvante de los mismos. En el caso de la demanda, identifica, desde el punto de vista económico, los diferentes tipos de turistas, el turismo nacional frente al internacional, el tipo de bienes y servicios demandados, etc. (INE, 2013a).

Igualmente, se apostó por mejorar la calidad a través del Plan Integral de Calidad Turística Española (PICHTE) para el periodo 2000-2006, implantándose la marca Calidad Turística Española, buscando que la imagen de España se asociara a la calidad (Vacas y Landeta, 2009).

No obstante, junto a las ventajas o puntos fuertes comentados, debemos ser conscientes también de la presencia de potentes debilidades en el sector turístico español, que permiten igualmente interpretar con mayor coherencia los datos sobre el turismo extranjero que llega a nuestras fronteras. Estas desventajas o puntos débiles se pueden clasificar entre los que tienen una causa principalmente macroeconómica y los que obedecen a una causa del propio mercado. De entre los primeros, destacan: los diferenciales positivos de inflación de nuestro país con relación a los principales países clientes, lo que resta competitividad a la economía en general y al sector turístico muy especialmente; las cambiantes derivas de los mercados de divisas, con frecuentes revalorizaciones del euro frente al dólar y la libra esterlina principalmente; las oscilaciones en la cotización del barril de petróleo, cuyas escaladas se transmiten en forma de subidas de precios en los medios de transporte, sector complementario y estratégico para el turismo.

Con relación a las debilidades en el mercado y comenzando por el lado de la demanda, destaca, de una parte, la elevada concentración de la misma en sólo cinco países: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, y Holanda, que en 2010 sumaban el 67% del total de nuestros visitantes anuales (Egatur, 2011); de otra parte, la irrupción con fuerza en la última década de los destinos sustitutivos cercanos de los países del mediterráneo oriental. En este sentido hay que tener presente que en 2011 Turquía, Túnez, Croacia, Egipto y Marruecos sumaban 60 millones de turistas, mientras que en 1996 solo sumaban 14 millones (Banca March, 2012).

Desde el lado de la oferta, destaca en primer lugar la elevada concentración. Así, en el periodo 2001-2010, sólo cuatro Comunidades Autónomas, Baleares, Canarias, Cataluña y Andalucía, sumaban más del 85% del total de pernoctaciones realizadas por el turismo internacional en los establecimientos hoteleros de nuestro país (Egatur, 2011). En segundo lugar, la baja productividad del sector turístico español, se trata de una característica mantenida a lo larga de la historia de este sector (Exceltur, 2004), si bien, éste es un problema compartido a nivel mundial. La madurez de algunas de las tipologías del turismo que componen nuestra oferta turística (turismo de sol y playa por ejemplo) o la evolución de las necesidades de los turistas y por tanto de la demanda de los visitantes, son ejemplos de realidades que están forzando la generación de planes y programas de reconversión y/o innovación de la oferta turística española.

Finalmente, el turismo extranjero se muestra vulnerable a una serie de factores que han afectado tanto a su crecimiento como a su evolución. Estos factores se pueden clasificar en endógenos y exógenos, según pertenezcan al sector turístico español y su efecto sea directo, o sean ajenos a él y, por tanto, su efecto sea indirecto. Entre los

factores endógenos, se pueden distinguir los que provienen del lado de la demanda y los que lo hacen del de la oferta. Entre los que tienen su origen en la demanda, quizás el más destacado de los ocurridos en la década de estudio, haya sido el del turismo de cruceros, que ha experimentado recientemente un crecimiento espectacular. A nivel mundial, en 1999 la demanda era de 8,59 millones de pasajeros, mientras que en 2009 llegó a los 17,5 millones de pasajeros. En Europa, ese crecimiento ha sido aún más acelerado, ya que ha pasado de 1,9 millones de pasajeros en 1999 a 4,9 millones en 2009 (European Cruise Council, 2010). Este tipo de turismo conlleva un turismo urbano fugaz en los puertos de atraque de las travesías de los cruceros, que no incluyen pernoctaciones en los distintos destinos y la estancia más habitual en cada uno de ellos es de unas pocas horas.

Un segundo factor ha sido la irrupción de las compañías aéreas de bajo coste. En 2001 llegaron a los aeropuertos nacionales 42,3 millones de viajeros internacionales, de los cuales, menos del 5% lo habían hecho en compañías aéreas de bajo coste, mientras que en 2010 las llegadas internacionales a aeropuertos nacionales alcanzaron los 57,5 millones de viajeros, de los que el 55,7% viajaban en compañías aéreas de bajo coste (Instituto Estudios Turísticos, 2010). La fuerte reducción en el coste de transporte que la aparición de esta forma de volar introdujo en el sector turístico, ha permitido el aumento en el volumen de viajes y en la distancia media de los mismos, impulsando el turismo urbano. Tal y como se ha indicado anteriormente, los dos principales factores endógenos de desarrollo del turismo extranjero durante la década estudiada han incentivado el turismo urbano, por ello no resulta extraño que el número de pernoctaciones hoteleras en ciudades españolas haya pasado de 51,8 millones en 2002 a 72,2 millones en 2010 (Hosteltur, 2013), convirtiéndose, por tanto el turismo urbano, en

otro de los factores endógenos determinantes del sector turístico para el período 2001-2010.

Continuando dentro de los factores determinantes del turismo endógeno, pero ahora desde el punto de vista de la oferta, se encuentra el turismo de eventos. Los equipos de gobierno de las principales ciudades españolas han introducido entre sus prioridades estratégicas el fomento y desarrollo de actos, celebraciones y eventos en sus municipios. De hecho, España figuraba ya en 2005 en el tercer puesto mundial dentro del ranking de los países con más eventos, situándose además ese mismo año Barcelona como la tercera ciudad con más eventos (115) a nivel mundial (Hosteltur, 2007). Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, International Congress and Conventions Association) que es una organización privada del sector de la organización de eventos, nuestro país ha pasado de organizar 195 eventos en el año 2000 a celebrar 436 en el 2011 (Iccaworld, 2013).

En relación a los factores determinantes exógenos al sector turístico español desde el lado de la demanda, el clima de confianza y de seguridad constituye un elemento base para este mercado, siendo probablemente el más influyente. Los flujos de movimientos turísticos internacionales sufren una inmediata desconexión cada vez que algún hecho perturba la normalidad mundial. Las principales causas perturbadoras suelen ser los actos terroristas, las revueltas políticas o laborales, las amenazas de epidemias y los fenómenos meteorológicos adversos. Como ya se ha indicado en el Capítulo 1, hay estudios que demuestran econométricamente cómo esas variables exógenas afectan al desarrollo económico de los países turísticos (Kim y Wong, 2006).

En concreto, en la década objeto de estudio, sucedieron algunos de los atentados



más sangrientos y salvajes de la historia moderna: el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, el año 2002 en Bali o el año 2005 en Kusadari, Ankara y Sharm-el-Sheikh, entre los más relevantes. A ello hay que añadir la pandemia de gripe A de 2009-2010, la erupción del volcán islandés de 2010 y la huelga de controladores aéreos españoles a finales de ese mismo año. Un segundo factor determinante exógeno altamente influyente también desde el lado de la demanda en el sector turístico, es la coyuntura macroeconómica mundial. En este sentido, cabe mencionar la grave crisis económica mundial que arrancó a finales de 2007 en Estados Unidos y que provocó en nuestro país el derrumbe de uno de los principales motores del desarrollo durante los quince años anteriores: el sector de la construcción.

Esta crisis afectó al sector turístico por una doble vía. De un lado, causando una evidente contracción en la demanda en todos los subsectores relacionados con el sector turístico. De otro, deteriorando la viabilidad financiera de muchos propietarios de los sectores hotelero y hostelero, que compraron sus inmuebles de explotación del negocio en los momentos álgidos de la burbuja inmobiliaria a elevados precios y con gravosos costes financieros (Banca March, 2012).

Por último, nos referimos a los factores determinantes exógenos al sector turístico español desde el lado de la oferta. Entre esos factores, cabe citar el ya mencionado elevado crecimiento del número de turistas en nuestros principales países competidores del mediterráneo oriental: Croacia, Turquía, Egipto, Marruecos y Túnez.

Tras esta revisión de las ventajas o puntos fuertes, desventajas o puntos débiles y vulnerabilidad del turismo, pasamos a analizarlo a través del estudio de tres series de datos a las que ya se ha hecho referencia más arriba: las llegadas de turistas

internacionales a nuestro país, el gasto que efectúan estos turistas y las pernoctaciones realizadas, tanto a nivel nacional como por Comunidades Autónomas y tomando como periodo de referencia los años que van de 2001 a 2010.

Los datos sobre el turismo, a nivel mundial, vienen siendo ofrecidos desde 1946 por la OMT, y publicados principalmente en un Informe Anual y en diversos informes sectoriales o geográficos. En España, la información sobre el turismo es proporcionada, desde 1962, por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), organismo público con rango de Subdirección General que depende directamente de la Presidencia de Turespaña y cuyo nombre oficial es el de Subdirección General de Conocimientos y Estudios Turísticos. Es responsable del marketing de España en el mundo y de crear valor para su sector turístico impulsando la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los destinos nacionales. Su misión es constituir la vanguardia de la estrategia del Turismo Español, coordinando y liderando a los actores públicos y privados. Cuenta con cuatro subdirecciones generales: Marketing exterior, Conocimiento y estudios turísticos, Estrategia y servicios sector turístico y Gestión económico-administrativa y tecnologías de la información. Los tres pilares sobre los que Turespaña basa su estrategia y actuación son: Marca turística España, Marketing y Conocimiento. Cuenta con una red de 33 Consejerías de Turismo en el exterior que actúan tanto como células de conocimiento y marketing como de plataformas de negocio para el sector (Tourspain, 2013).

El Instituto de Estudios Turísticos tiene como funciones principales la investigación de los factores que inciden sobre el turismo así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y demás datos relativos al

turismo. Asimismo, es el encargado de elaborar las ya mencionadas encuestas de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), de Gasto Turístico (Egatur) y de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur).

La encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), proporciona información acerca de la entrada en nuestro país de visitantes no residentes en España (turistas o excursionistas) en base a diferentes criterios. Los turistas, por su parte, se clasifican según la vía de acceso, el país de residencia, la comunidad autónoma de destino principal, el motivo de la visita o el tipo de alojamiento utilizado. En relación a los excursionistas, se ofrecen según la comunidad autónoma de destino y la vía de acceso. Egatur proporciona información relativa al gasto que realizan en nuestro país los visitantes no residentes en España (turistas o excursionistas). Igualmente, esta información se ofrece en base a diferentes criterios. En relación al gasto realizado por los turistas, se clasifica según las vías de acceso, el país de residencia, el destino principal, el tipo de alojamiento, la forma de organización, el motivo del viaje, el lugar del gasto, la duración de la estancia y la edad y sexo. Por lo que se refiere al gasto de los excursionistas, se clasifica según el país de residencia y el lugar de destino.

La encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) ofrece datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España.

El Instituto de Estudios Turísticos elabora también la Encuesta de Ocupación (Ocupator) que ofrece información puntual acerca del grado de ocupación en Hoteles y Casas Rurales en las épocas de mayor afluencia turística (viajes de temporada, puentes, etc.) (IET, 2013d), y la Encuesta de Hábitos Turísticos (Habilitur), que analiza los hábitos, satisfacción y fidelidad de los turistas internacionales que visitan España,

explota información estadística procedente de fuentes externas y difunde otras informaciones estadísticas de interés acerca de otros organismos (IET, 2013e).

Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística (INE), elabora datos en lo concerniente al sector servicios y al subsector hostelería y turismo y proporciona las siguientes operaciones estadísticas: Encuesta de Ocupación Hotelera, Encuesta de Ocupación en Campings, Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural, Índice de Precios Hoteleros, Índice de Precios de Campings, Índices de Precios de Apartamentos Turísticos, Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural, Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero, Encuesta Anual de Servicios, y Estadística de Productos en el Sector Servicios.

Finalmente, y dentro de la categoría de organismos privados generadores de operaciones estadísticas, destacan las estadísticas elaboradas por Exceltur, asociación sin ánimo de lucro creada en 2002, que reúne a 24 grupos empresariales turísticos españoles. Se encarga de publicar informes trimestrales de análisis macro, meso y microeconómico del sector<sup>3</sup>, estudios regionales<sup>4</sup> e informes y estudios monográficos. Sus dos principales objetivos auto-declarados son: favorecer el reconocimiento socio-económico del turismo en nuestro país y en el sector exterior, y lograr aumentar la competitividad de la industria turística (Exceltur, 2012).

Para nuestro acercamiento a la evaluación de la importancia del turismo extranjero en nuestro país en el periodo 2001-2010, se han utilizado datos relativos a los turistas internacionales recibidos en España según la comunidad autónoma elegida

---

<sup>3</sup> El informe *Perspectivas Turísticas* se publica en los meses de enero, abril, julio y octubre.

<sup>4</sup> Informes periódicos por Comunidades Autónomas denominados *Impactur*.

como destino principal y el gasto que esos turistas realizan y sus pernoctaciones, a partir de la información proporcionada por la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) y la Encuesta de Ocupación Hotelera, respectivamente.

## **4.2. ANÁLISIS DEL TURISMO INTERNACIONAL RECIBIDO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2001 A 2010**

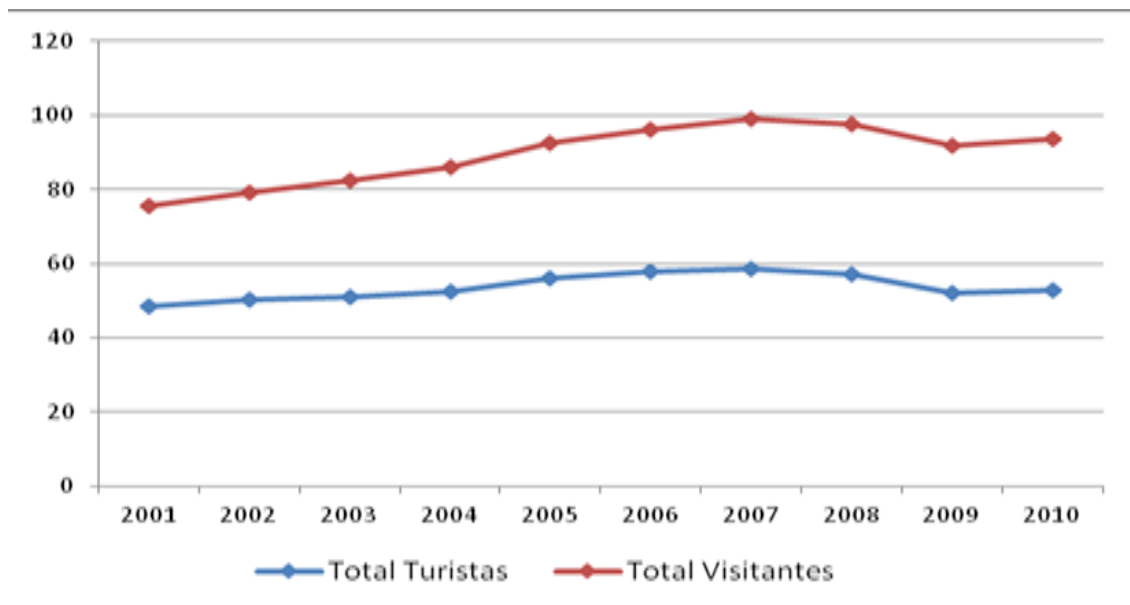
En este apartado se analizan los principales datos relativos al flujo de turistas no residentes recibido en España durante el período 2001-2010, tomando como referencia tanto los mercados emisores de este turismo como la Comunidad Autónoma elegida como destino principal del viaje. La información acerca de esas llegadas de turistas, los mercados emisores y las Comunidades Autónomas de destino principal, proceden de la ya mencionada Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). El Gráfico 4.1 muestra la evolución de la llegada de turistas a España junto a la del total de visitantes, variable esta última que, como se ha indicado anteriormente, incluye a los turistas y a los excursionistas.

Lo primero que llama la atención es el crecimiento de ambas variables a lo largo de todo el periodo considerado. Los visitantes han experimentado un incremento de 16,34 millones de personas, es decir un 22,1% de aumento, los turistas han alcanzado los 3,61 millones, es decir un 7,4% de aumento. El punto máximo de llegadas de turistas no residentes durante el periodo considerado se alcanzó en 2007, año a partir del cual se inició un retroceso que se acentuó considerablemente durante el año 2009, volviendo la cifra de llegadas de turistas de ese año a los niveles alcanzados en 2004.

Durante el año 2010, los turistas no residentes experimentaron un tímido crecimiento que rompía con el descenso consecutivo de los dos años anteriores. Ese año España recibió 52,7 millones de turistas no residentes, lo que supuso alcanzar una cifra

de llegadas ligeramente superior a la registrada en 2004. Esa incipiente recuperación turística registrada en el año 2010 se ha dado en un contexto presidido no solo por la crisis económica internacional sino también por una serie de factores adversos. Entre estos factores cabe destacar los efectos externos generados por las cenizas del volcán islandés durante el primer semestre del año, que obligó a cancelar numerosos vuelos; el conflicto de los controladores aéreos españoles, que se agudizó en el mes de diciembre (finalizó con un estado de alarma y la militarización de los aeropuertos españoles desde el 04/12/2010 hasta el 15/01/2011); y las inclemencias meteorológicas, que obligaron incluso al cierre de algunos aeropuertos europeos (Frontur, 2010). Merece una mención especial el año 2001 en el que, a pesar de los efectos del 11-S, España recibió 2,2 millones de turistas más que en el 2000.

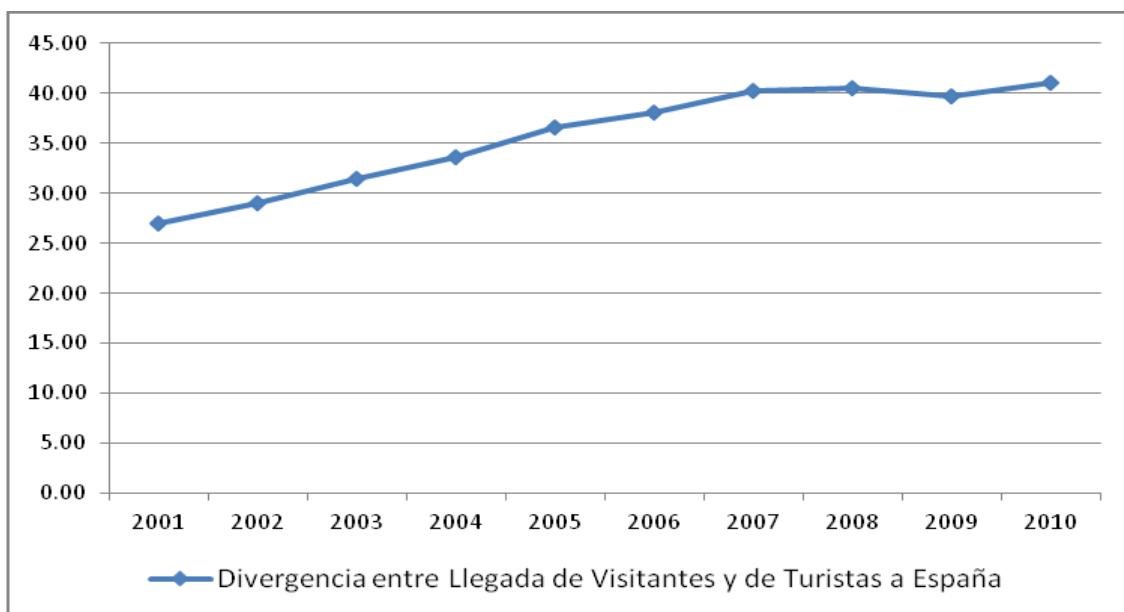
**Gráfico 4.1. Evolución de la llegada de visitantes y de turistas no residentes a España (2001-2010) (Millones de turistas)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).

Como es de esperar, la llegada de visitantes a España ha evolucionado durante todo el periodo muy por encima de la llegada de turistas, pasando a ser la diferencia entre ambas variables de 26.998.223 excursionistas en el año 2001 a 41.066.990 en el año 2010. Como muestra el Gráfico 4.2, la evolución de esa divergencia fue claramente creciente hasta finales de 2007, se atenuó ligeramente durante los años 2008 y 2009 y volvió a crecer en el año 2010. Esa desaceleración en el crecimiento de la divergencia durante los años 2008 y 2009, se explica por la considerable reducción del flujo internacional de visitantes que tuvo lugar en esos dos años, y que fue básicamente debida a una caída de los turistas que pasaron de 58.665.504 millones en 2007 a 52.177.640 en 2009, lo que supuso recibir 6,5 millones de turistas menos. Por su parte, el número de excursionistas permaneció prácticamente estable en esos años, pues tan sólo se redujo su cifra en 519 mil personas.

**Gráfico 4.2. Evolución de divergencia entre la llegada de Visitantes y de Turistas no residentes a España (2001-2010) (Millones de turistas)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).



La evolución que ha registrado el flujo turístico internacional en el periodo estudiado se puede analizar con más detalle. Así, el Gráfico 4.3 muestra esa evolución en términos de tasas de crecimiento, recogiendo también las evoluciones de los visitantes y de los excursionistas en los mismos términos. Igualmente refleja una desaceleración en el ritmo de crecimiento de las llegadas de turistas no residentes durante el año 2002, debido en buena medida a los efectos heredados del 11-S.

Durante los años 2003 y 2004 se aceleró el ritmo de crecimiento de las llegadas de turistas a nuestro país, a pesar de que el primer trimestre de 2004 comenzó con el atentado terrorista del 11 de marzo en el metro de Madrid. El previsible efecto negativo de este suceso fue mucho menor del esperado, al alcanzar el número de turistas un 3,1% en su tasa de crecimiento, ello fue fruto en buena medida de la política de reducciones de precios (vía ofertas y promociones), aplicada por los empresarios hoteleros españoles (Exceltur, 2004). En el año 2005, todos nuestros mercados emisores europeos aumentaron sus aportaciones de turistas a nuestro país respecto al año anterior. Sobresalió el crecimiento de los turistas llegados de Francia del 14,8% (después de dos ejercicios seguidos de fuerte caída), aunque también aumentaron sus aportaciones de turistas Italia y Países Bajos cada uno en un 8%, Alemania un 4,1% y Reino Unido un 2,8%. Otras explicaciones parciales de ese aumento fueron la consolidación de las tendencias a la auto-planificación del viaje frente al clásico paquete turístico de *touropedor* y la utilización de las líneas aéreas de bajo coste como medio de transporte para llegar a nuestro país (crecieron en un 34,7% en los cinco primeros meses de 2005 con relación a 2004) (Exceltur, 2005, 2006).

La tasa de crecimiento de la llegada de turistas alcanzó el 6,6% en 2005, máximo del periodo considerado. En el año 2006 el turismo proveniente de las líneas aéreas de bajo coste provocó un crecimiento del turismo urbano. El despegue del turismo urbano es fruto de los cambios en las necesidades y comportamiento del turismo exterior a lo largo de la primera década del s. XXI. En relación a esos cambios en el comportamiento de los turistas, se ha realizado un estudio sobre la demanda de turismo en nuestro país, utilizando cinco variables significativas para explicar la evolución de la conducta de los turistas no residentes en el periodo 2000-2007. Esas variables son: porcentaje de turistas de sol y playa respecto al total de turistas no residentes, porcentaje de turistas de líneas aéreas de bajo coste respecto al total de turistas no residentes, porcentaje relativo de turistas no residentes que contrataron un paquete turístico respecto al total, porcentaje de turistas no residentes que acudieron a residencias propias y estancia media de los turistas no residentes que se alojaron en establecimientos hoteleros oficiales.

La modificación más espectacular entre estas variables, ocurrió en el incremento del número de turistas no residentes que utilizaron las líneas aéreas de bajo coste (del 8,8% al 36,5%), más en concreto se pasó de 2 millones de pasajeros en 2001 a 32 millones en 2010. Como ya se conoce, este tipo de turismo suele eludir el paquete turístico de agencia (de aquí la reducción en el turismo que utiliza el paquete turístico en el período 2000-2007) y se decanta habitualmente por el viaje auto-organizado, contratado por internet, con destino básicamente urbano y con reducción drástica en el número de pernoctaciones (Exceltur, 2008).

Es necesario mencionar también, que este desarrollo del turismo urbano fue fruto también de los nuevos enfoques de comercialización que las instituciones públicas españolas emprendieron para la promoción exterior de nuestro país, así como de la innovación de la empresas del sector (Exceltur, 2007). En España el crecimiento del número de turistas se ralentizó al 1,1% en 2007, mientras que en los países del mediterráneo oriental (olvidados los ataques integristas islámicos), experimentaron crecimientos espectaculares. En efecto, entre los años 2006 y 2007 el crecimiento de la entrada de turistas no residentes alcanzó en Turquía un 18,2%, en Egipto el 18,4%, en Marruecos, el 13,6%, en Croacia el 7,3%. Mientras que en España, el litoral mediterráneo y las islas tan sólo aumentó un 1,8% (Exceltur, 2008).

El año 2008 fue el de la irrupción de la crisis financiera internacional en nuestro país y, por tanto, el del arranque de la crisis nacional. La contracción de la demanda que acarreó la crisis fue mucho más pronunciada en el turismo nacional que en el internacional, ya que éste último, en realidad, sirvió de colchón en 2008 para atenuar la caída en el sector. El ICTUR (Índice de Confianza Turístico Empresarial entre los empresarios de los principales subsectores de nuestra economía relacionados con el turismo), marcó en 2008 su mínimo histórico desde su creación en 2002, al alcanzar un valor del -32,1 en el segundo trimestre de 2008. Reflejando el elevado nivel de pesimismo que comenzó a invadir todos los subsectores económicos vinculados con el turismo en España. Así en la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur en el segundo trimestre de 2008, el 45,1% de las empresas turísticas declararon que habían experimentado una caída en sus beneficios superior a los dos dígitos (Exceltur, 2008, 2009). La reducción de la demanda se materializó especialmente en una drástica merma en los viajes y escapadas de corta duración, un fuerte recorte en los traslados y eventos

de empresas y en un crecimiento del segmento de los hoteles de alta gama (cuatro y cinco estrellas).

A ello hay que añadir que los países competidores del mediterráneo oriental continuaron con sus elevadas tasas de crecimiento en las llegadas de turistas, lo que evidentemente contribuyó a agravar la crisis en nuestro país (Exceltur, 2008).

A lo largo del año 2009 la profunda crisis económica mundial, afectó con especial virulencia a nuestro país, disparando la tasa de desempleo. Esta severa recesión generó una fuerte contracción en la demanda de turismo en España, tanto del turismo nacional como del internacional. Además, la crisis provocó profundos cambios en el comportamiento del consumidor europeo en el consumo de turismo: se buscaron destinos más próximos, continuó la fuerte reducción en el número anual de viajes y escapadas (lo que generó una mayor concentración de la actividad en los meses de verano), se produjo una mayor utilización del vehículo propio para el desplazamiento, y se incrementó el uso de alojamientos más económicos (casas de familiares y amigos, turismo rural etc.), se produjeron muchas contrataciones de última hora (ante la expectativa racional de bajadas de precios) y se experimentó una pronunciada reducción de los gastos en restauración y en compras. Por parte de la oferta turística la respuesta generalizada del sector hotelero fue la deflación de precios. Ello se materializó en promociones y descuentos continuos y en creciente escalada, lo cual amplió la reducción del gasto turístico. El Índice de Precios Hoteleros (IPH) alcanzó en los meses de marzo (-7,6%) y septiembre (-7,3%) de 2009 sus máximos niveles de caída dentro del período 2002-2010. Los países competidores del mediterráneo oriental sufrieron

también reducciones en sus niveles de turistas no residentes, aunque Marruecos creció un 1,7% y Turquía un 2% (Exceltur, 2009, 2010).

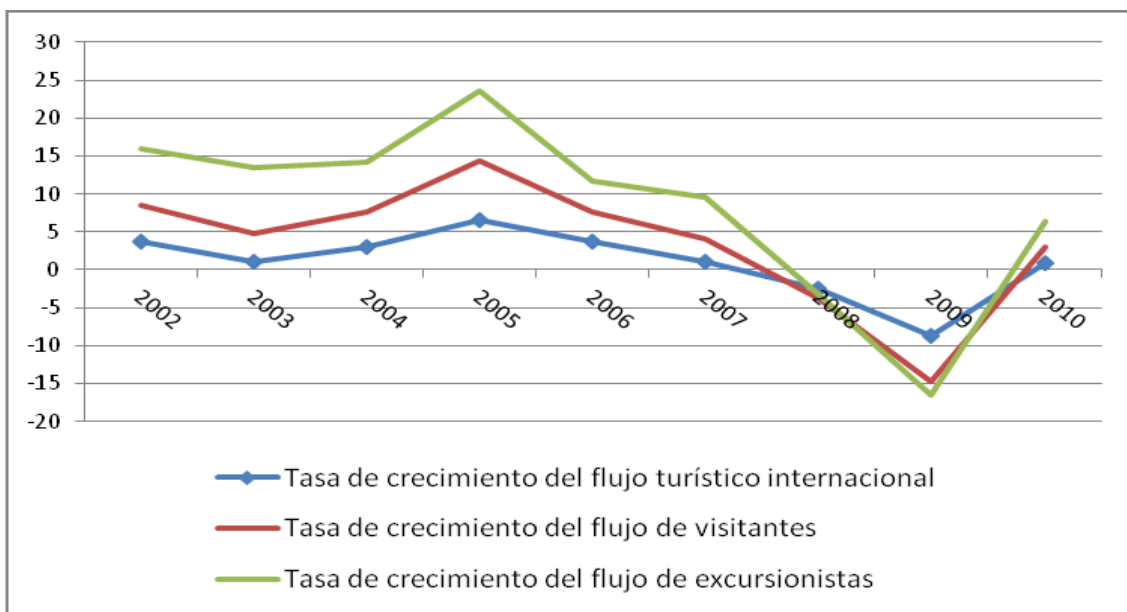
Por todo ello, como muestra el Gráfico 4.3, a partir de 2005 se desaceleró de nuevo el crecimiento con subidas cada vez menos intensas, siendo esta caída de mayor intensidad en los años 2008 y 2009, en los que la tasa de crecimiento fue incluso negativa (-2,5% y -8,8%, respectivamente). Esa desaceleración se explica, como se ha indicado, por razones de origen coyuntural, pues el continuo retraso en las expectativas de recuperación del ciclo económico mundial ha contribuido a la pérdida de dinamismo de la demanda turística. Pero también se explica por razones exógenas al ciclo que tienen que ver con el impacto psicológico del contexto geopolítico en los años estudiados. Los datos utilizados ponen de manifiesto la vulnerabilidad de la industria turística española a factores como la inestabilidad geopolítica (atentados del 11 de septiembre de 2001, conflicto en Oriente Medio, atentados en Indonesia) o la reacción de variables como el precio del petróleo, los índices de confianza o los tipos de cambio. Se trata de factores que pueden amenazar la llegada de turistas a nuestras fronteras por dos vías. Una por su incidencia en los costes, ya que el precio del petróleo encarece una parte muy significativa del presupuesto familiar para viajes, y otra, por afectar a la confianza, si se incrementa la percepción de inseguridad, que inevitablemente traen consigo determinados sucesos. Aunque hay que reseñar que el turismo no es el sector de nuestra economía más vulnerable a estos fenómenos exógenos (Vacas y Landeta, 2009). El ejercicio 2010 fue, para el sector turístico español, el año del comienzo del cambio de tendencia.

A pesar de las perturbaciones exógenas (nube de cenizas del volcán islandés en abril de 2010, temporal de nieve del norte de Europa en diciembre, huelga de controladores aéreos españoles, con plante de los mismos en diciembre y consiguiente decreto oficial de intervención por el ejército de los aeropuertos) y de la expansión del turismo en los países del mediterráneo oriental -entre 2009 y 2010 el crecimiento de la entrada de turistas no residentes fue de un 18,2% en Egipto, del 14,8% en Marruecos, del 6,2% en Turquía y del 4,8% en Croacia (Exceltur, 2011)-, la llegada de turistas no residentes creció un 1% más que en 2009. Entre los hitos que pueden explicar este anticipo de cambio de tendencia, se pueden mencionar los siguientes: la recuperación de la economía internacional, que propició por un lado, la activación del comercio internacional y por tanto el turismo de negocios, y por otro, potenció también el turismo de ocio y vacacional de los países europeos más cercanos; la aparición de nuevos mercados de turistas, como el ruso, el chino, el del los países del este, el sudamericano o el japonés; la continuación en la política deflacionista de precios a través de promociones y descuentos, en este sentido cabe destacar que el Índice de Precios Hoteleros estipulaba una bajada media de un -5,4% en los precios de los hoteles españoles en 2010 (INE, 2011).

Y finalmente, el continuo crecimiento del turismo urbano apoyado, como ya se ha señalado, en las compañías aéreas de bajo coste y en el turismo de cruceros. En el año 2010 las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en ciudades españolas crecieron un 17,9%. La importancia que ha ido adquiriendo el turismo de cruceros se refleja en las siguientes cifras: en Europa creció un 158% en el período 2001-2010 (de 1,9 millones de pasajeros en 2001 a 4,9 millones en 2010); en España evolucionó desde los 3,55

millones de cruceristas recibidos en 2004, hasta los 5,88 millones en 2008 (Exceltur, 2010, 2011).

**Gráfico 4.3. Evolución de las tasas de crecimiento del flujo de turistas, visitantes y excursionistas llegados a España (2001-2010) (%)**



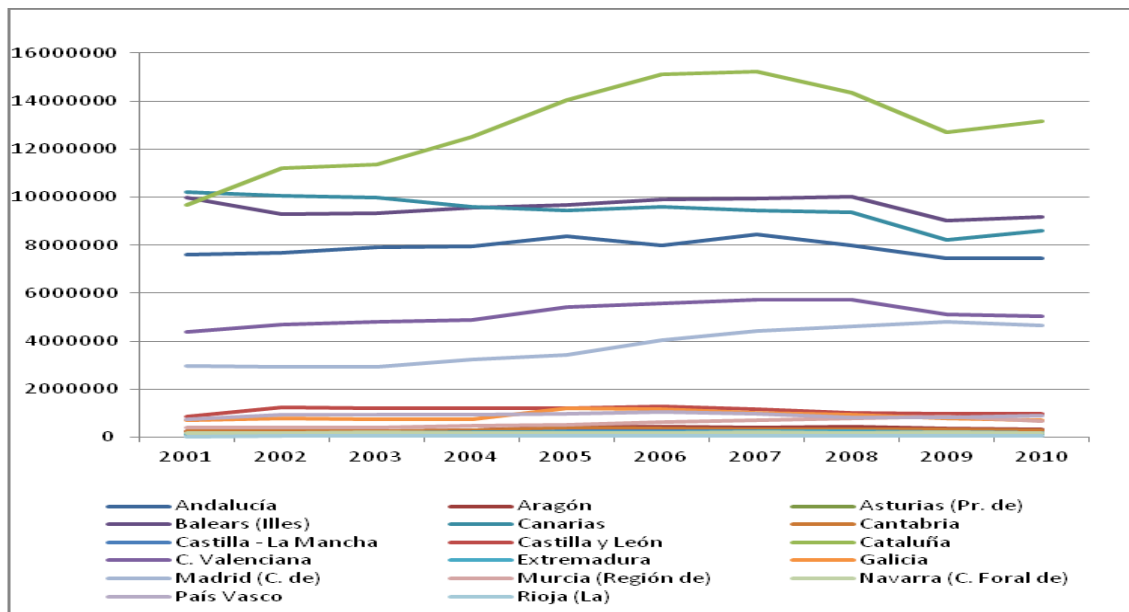
Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).

Seguidamente se analiza la evolución que ha experimentado el flujo internacional de turistas por Comunidades Autónomas como destino principal del viaje, teniendo en cuenta que la operación estadística de Frontur identifica dentro de España un máximo de hasta tres destinos diferentes en los que el turista extranjero ha podido pernoctar. Para cada uno de ellos se recoge el número de pernoctaciones realizadas y el tipo de alojamiento utilizado. A efectos de la tabulación de los resultados y para garantizar la coherencia entre el número de turistas llegados a las distintas Comunidades

Autónomas y el total de llegadas a España, Frontur establece el criterio de destino principal. De ese modo, a aquellos turistas que declaran haber pernoctado en distintas Comunidades Autónomas les asigna como destino principal aquella en la que han realizado un mayor número de pernoctaciones (Frontur, 2013). Esa evolución se refleja en el Gráfico 4.4, en el que es posible diferenciar hasta tres grupos. Un primer grupo estaría integrado por las comunidades de Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla la Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja, que mostraron una evolución muy similar a lo largo del periodo, con oscilaciones leves que se fueron desarrollando dentro de unos límites inferior y superior comprendidos entre las cifras de 33.141 turistas llegados a la Rioja en el año 2001 y los 1.282.991 turistas llegados a Castilla y León en 2006, respectivamente. Siendo ésta última la comunidad receptora del mayor número de turistas durante todo el periodo, mientras que la Rioja fue la que menor número de turistas recibió, alcanzando su nivel máximo en el año 2005, al recibir tan solo 65.963 turistas no residentes. A pesar de incluir en este grupo a las Comunidades Autónomas menos elegidas como lugar de destino principal de los turistas no residentes, no se dejó de sentir en ellas, aunque levemente, los efectos negativos de la crisis económica internacional, pues todas mostraron un descenso en las cifras de llegadas de turistas no residentes a partir de los años 2005 o 2006, a excepción de Murcia, en la que ese decrecimiento sólo se empezó a manifestar a partir del año 2009.



**Gráfico 4.4. Evolución de la llegada de turistas no residentes por Comunidades Autónomas (2001-2010) (Millones de turistas)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).

Un segundo grupo estuvo formado por Andalucía, Baleares, Canarias, Valencia y Madrid. Se trata de Comunidades más preferidas por el turismo internacional que las comprendidas en el primer grupo. En cifras, la franja que separa a estos dos grupos de Comunidades Autónomas osciló entre 3,6 millones de turistas a comienzos del periodo y 2,1 millones al final. Figuraron a la cabeza de este segundo grupo, Baleares y Canarias, seguidas a cierta distancia por Andalucía, Valencia y Madrid. El flujo de llegadas de turistas no residentes a este grupo evolucionó dentro de unos límites superior e inferior definidos por las cifras de 10.208.945 turistas llegados a Canarias en el año 2001 y 2.910.015 turistas llegados a Madrid en el año 2002.

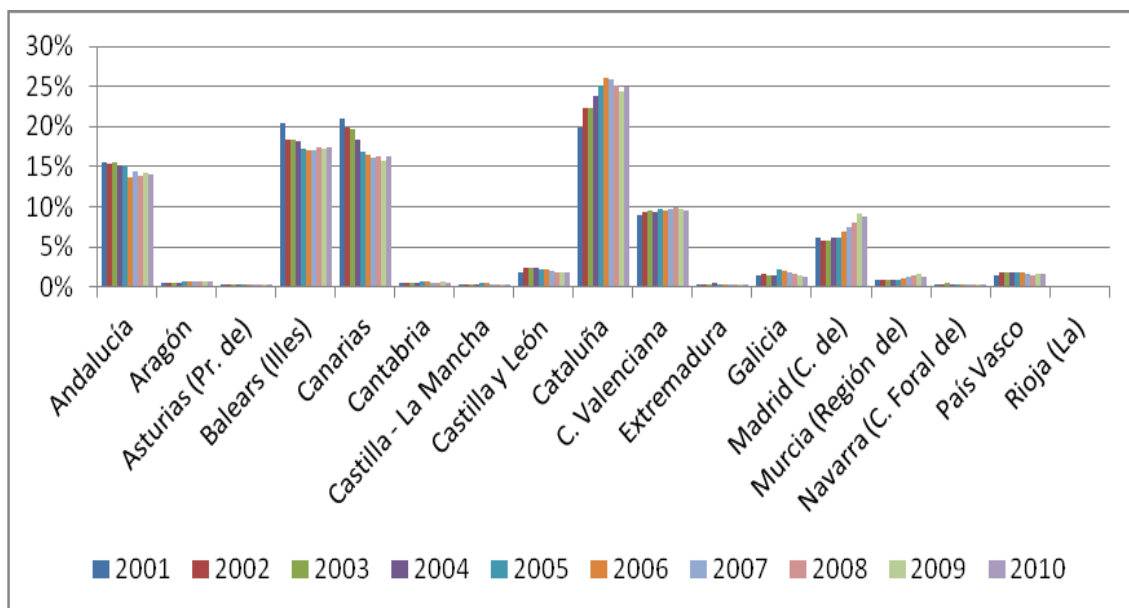
De nuevo, en todas ellas se manifestó el efecto de la crisis económica, con una disminución de las llegadas de turistas a partir de los años 2006, 2007, e incluso 2008 como es el caso de Valencia y Baleares. Madrid fue la única comunidad que mantuvo un ritmo creciente de llegadas durante todo el periodo considerado, salvo al final del mismo, registrando un leve descenso a partir de finales de 2009. Se diferenció claramente de los dos grupos anteriores Cataluña, que desde el año 2001 y con llegadas de turistas levemente inferiores a las registradas en Baleares y Canarias, despegó con fuerza hasta alcanzar un máximo de 15.233.723 turistas no residentes en el año 2007, lo que supuso una divergencia de 5.277.297 con Baleares, comunidad que le siguió por debajo en número de llegadas. Por esta razón, también fue en Cataluña donde se acusaron con mayor intensidad los efectos de la crisis económica, reduciéndose la intensidad en el crecimiento de las cifras de llegadas de turistas desde el año 2005, para iniciar un descenso desde el año 2007 y hasta finales de 2009, en que volvieron de nuevo a crecer.

Estas últimas seis Comunidades Autónomas: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana, y Comunidad de Madrid, fueron destino del grueso de los turistas que visitaron nuestro país, y sumaron el 91% del total de turistas. El Gráfico 4.5 refleja la evolución del peso relativo que cada una de ellas experimentó desde 2001 a 2010. Hubo tres comunidades que vieron reducida su importancia relativa en el número de turistas recibidos. Canarias fue la que experimentó una mayor caída, al pasar del 21% al 16% del total de turistas. Baleares, sufrió una pérdida muy semejante, al caer desde el 21% al 17%.

Por su parte Andalucía, comenzó la serie con un 16% del total y finalizó 2010 con sólo el 14% de los turistas. No es casualidad que estas sean las regiones donde el turismo sol y playa tenía una mayor importancia relativa. Este tipo de turismo llevaba años dando síntomas claros de agotamiento en España, al ser superado en precio por los países competidores del mediterráneo oriental y al quedarse obsoleto por la propia evolución en las necesidades de los turistas no residentes que demandaban, cada vez más, una mayor calidad y variedad en los servicios consumidos (Artal et al. 2010). De otra parte, se encontraban las regiones que crecieron en su participación relativa nacional. Cataluña fue la más brillante, al conseguir crecer del 20% al 25% en la década. La Comunidad Valenciana comenzó con el 9% y finalizó con el 10%, finalmente la Comunidad de Madrid presentó un notable crecimiento desde el 6% al 9%, al comienzo y al final del periodo, respectivamente. Es posible que el éxito de estas Comunidades Autónomas se debiese a una mejor gestión y adaptación a las nuevas necesidades del turismo exterior, que se reflejaron en las mejoras en infraestructuras portuarias emprendidas en los puertos de Barcelona y Valencia (para responder al potente crecimiento del turismo de cruceros), y en la organización y celebración de grandes eventos para atraer al turismo cultural.

De la observación de las demás comunidades, destaca, en primer lugar, la gran diferencia que las separa de este grupo de seis destacadas, sólo País Vasco y Castilla León alcanzaron el 2% del total nacional, mientras que Galicia y Murcia fueron en torno al 1%.

**Gráfico 4.5. Evolución de los porcentajes relativos a nivel nacional de la llegada de turistas no residentes por Comunidades Autónomas (2001-2010) (%. España=100)**



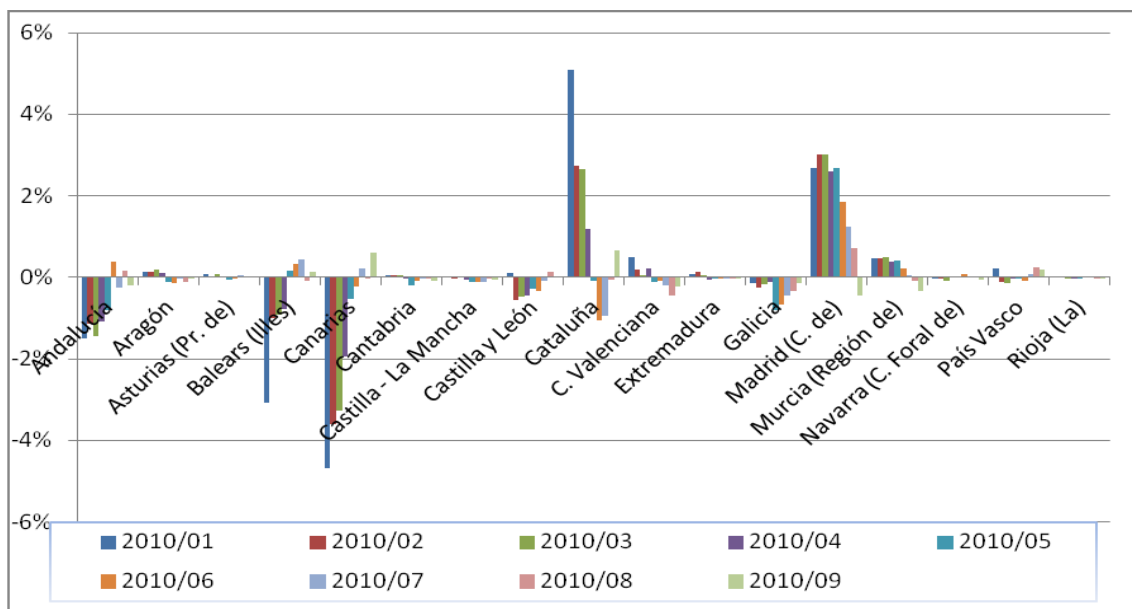
Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).

Por último, se analizan las Comunidades Autónomas que mantuvieron, aumentaron o redujeron su posición relativa respecto a las llegadas de turistas no residentes a lo largo del periodo considerado. Esta información se muestra en el Gráfico 4.6. En relación al total nacional de llegadas de turistas no residentes, se observa claramente que tres Comunidades Autónomas perdieron peso durante estos diez años, y fueron por orden de menor a mayor pérdida: Andalucía, Baleares y Canarias.

Lo que significa que, a pesar de ser grandes receptoras de turismo internacional en relación al total nacional, acusaron con más intensidad los efectos de la crisis económica y los demás factores que incidieron negativamente sobre la industria turística, además de la pujanza de las Comunidades Autónomas que mejoraron su

posición relativa. Las comunidades de Cataluña y Madrid aumentaron su posición relativa respecto al turismo extranjero, le siguieron, muy por debajo, la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia. El resto de comunidades apenas si variaron su posición relativa.

**Gráfico 4.6. Evolución de la posición relativa de las Comunidades Autónomas respecto a las llegadas de turistas no residentes a España (2001-2010) (%.España=100)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Frontur, 2001 a 2010).

#### **4.3. ANÁLISIS DEL GASTO REALIZADO POR EL TURISMO INTERNACIONAL RECIBIDO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2003 A 2010**

En el apartado precedente se ha analizado la evolución de los turistas no residentes que llegaron a España durante los años 2001 a 2010. Para una mejor interpretación de los principales resultados obtenidos en el mismo, puede resultar conveniente complementar ese estudio con el de la evolución del gasto que esos turistas realizaron. Así, por ejemplo, de la relación entre las variaciones del gasto total realizado por los turistas y las variaciones del volumen de llegadas, es posible deducir la evolución del gasto medio por persona registrado en esos años.

Como se ha indicado ya la información sobre el gasto que realizan los turistas internacionales que recibe nuestro país han sido tomados de la encuesta de Gasto Turístico (Egatur) pues el marco de elevación de los resultados muestrales obtenidos en Egatur son los datos de visitantes proporcionados por la estadística Frontur. De hecho, a partir del año 2009, la edición y publicación de los informes anuales de Frontur y Egatur se hace de forma conjunta, ofreciendo así un análisis de datos integrados de la llegada de visitantes internacionales y del gasto que realizan (Egatur, 2004, 2009).

No obstante, este estudio complementario con los datos del gasto, se ha realizado para los años 2003 a 2010 dado que, por razones metodológicas, los datos que existen para los años 2001 y 2002 y que son ofrecidos por Frontur, no son comparables con los datos que ofrece Egatur para los años 2003 a 2010. En efecto, aunque Egatur dispone de información anterior al año 2003, la modificación del cuestionario realizada

en enero de 2004 imposibilita la comparación directa de estos datos con los correspondientes a años posteriores. Por ello, en el Informe Anual de Egatur correspondiente al año 2004 se realiza un enlace para los datos del año 2003 con el fin de facilitar la comparación y el análisis de los resultados de 2004. Esa publicación recoge por tanto, los datos relativos al año 2004 y el enlace del año 2003, no siendo comparable esta información con los datos de gasto publicados con anterioridad a ese informe anual, es decir, con los datos de gasto de los años 2001 y 2002 publicados por Frontur (Egatur, 2004).

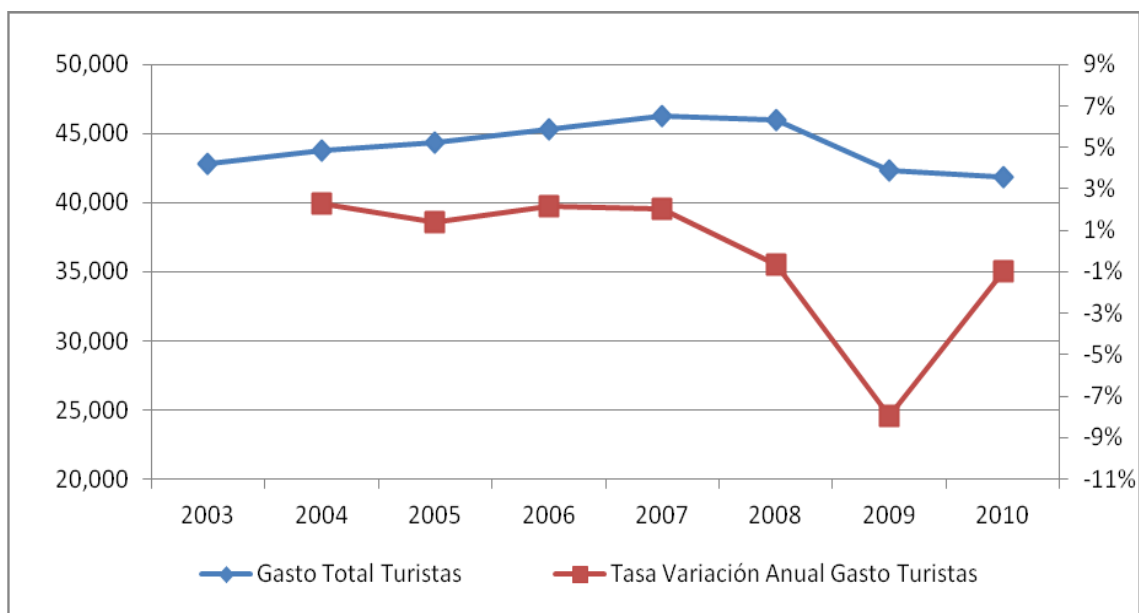
El concepto de gasto turístico ofrecido por Egatur comprende el gasto total realizado por el turista o por cuenta del turista durante su viaje a España. Ese concepto de gasto turístico total, que es proporcionado por Egatur y objeto de análisis en este trabajo, no debe confundirse este con el concepto de ingresos por turismo de la Balanza de Pagos, pues el primero incluye el gasto total realizado por los visitantes extranjeros que llegan a España mientras que el segundo es mucho más restringido ya que no incluye ni el transporte internacional de pasajeros (que supone un coste importante del viaje) ni aquella parte de los servicios que se prestan a los turistas en sus lugares de origen y que no revierten en España, (como los servicios de agencias de viaje, márgenes de intermediación, servicios financieros, etc.) (Egatur, 2007).

Las series de datos que se han utilizado son las del Gasto Total de los Turistas según comunidad autónoma de destino principal. Para el año 2004 y para el enlace de 2003, Egatur ofrece la información de gasto tanto a precios corrientes como a precios constantes, fijando el año base en 2004, al ser el primer año completo con la información del cuestionario actualmente vigente. Sin embargo, a partir del año 2004 y

hasta la actualidad, la información de gasto recogida en Egatur se ofrece a precios corrientes (Egatur, 2004 a 2010). Estos precios han sido pasados a euros constantes del año 2004 y deflactados según el IPC elaborado por el INE (INE, 2013c).

El Gráfico 4.7 refleja, para el periodo estudiado, la evolución del gasto realizado por los turistas no residentes en España y de su tasa de crecimiento. Entre los años 2003 y 2010, el gasto ha tenido una reducción de -890,99 millones de euros, es decir, de un -2,08%, con un nivel mínimo de 41.881,71 millones en 2010 y un máximo de 46.243,34 millones en 2007.

**Gráfico 4.7. Evolución del gasto de los turistas no residentes en España y de su tasa de variación (2003-2010) (Millones de euros) (%)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos Egatur (Egatur, 2004 a 2010).



Debe recordarse que la primera década del s. XXI se inició bajo la incertidumbre causada por el atentado del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, la posterior guerra de Irak en octubre de ese año y los atentados de Bali del 12 de octubre de 2002. En términos generales, la inquietud generada por esos acontecimientos se trasladó al sector turístico por dos vías. De una parte, mediante un encarecimiento paulatino en el precio del barril de petróleo, que en diciembre de 2001 cotizaba a 18,52 dólares y que sólo un año más tarde lo hacía ya a 27,89, alcanzando su máximo histórico en julio de 2008 al llegar a los 132,55 dólares por barril (Indexmundi, 2013). De otra parte, mediante la contracción de la movilidad mundial de personas. A pesar de ello, en el caso concreto de España, como ya se ha indicado, el número de llegadas de turistas aumentó en los años 2002, 2003 y 2004. Entre 2003 y 2004 el gasto total de esos turistas creció un 2,3% (985,42 millones de euros). Ese incremento del gasto fue aún mayor en la demanda nacional que en la internacional (Exceltur, 2005, 2006.).

En el año 2005 comenzó un período de crecimiento del gasto turístico en España que se prolongó hasta 2007. En concreto, el gasto total aumento un 1,4% (605,98 millones), al pasar de los 43.758,12 millones de euros de 2004 a los 44.364,09 millones en 2005. A lo largo de 2005 se simultanearon factores económicos antagónicos respecto al nivel de gasto de los turistas en España. Así por ejemplo, una vez más, nuestro país se vio beneficiado por el clima de inseguridad e incertidumbre creado por los atentados integristas en los países islámicos cercanos, los más significativos fueron los atentados de Kusadasi, Estambul y Ankara en Turquía en junio y julio de 2005, y los de El Cairo y de Sharm-el-Sheikh de julio en Egipto. Ello propició que el número de turistas creciera un 6,6% respecto a 2004 como ya se ha indicado, si bien la estrategia de ofertas

y descuentos en los distintos subsectores turísticos para incentivar la demanda, contribuyó a la reducción del gasto medio por turista (-4,9%).

En el año 2006 el crecimiento del gasto de los turistas mostró una leve aceleración, los 45.316,51 millones de euros logrados en este ejercicio supusieron un aumento del 2,1%. Como factores explicativos de ese aumento se encuentran la persistente caída de la demanda de turismo en los países mediterráneos islámicos como consecuencia de los factores geopolíticos, el avance imparable de las líneas aéreas de bajo coste y una política empresarial de contención de precios frente a las subidas practicadas en los ejercicios anteriores; todo ello sirvió para impulsar la cifra de turistas que visitaron nuestro país (3,7%) como se ha indicado ya. El gasto por turista, aunque continuó descendiendo (-1,5%), redujo apreciablemente su ritmo de caída.

En el año 2007 creció el gasto de los turistas hasta un 2,0% (926,83 millones) alcanzando la cifra máxima de todo el período estudiado con 46.243,34 millones de euros. En el origen de este aumento estuvo en el crecimiento del turismo urbano unido a una contención en la política de precios. El gasto por turista también aumentó hasta alcanzar el 0,9%, a lo que contribuyó también la reducción del número de turistas llegados a nuestro país ese año. De acuerdo con esos datos, la evolución de la tasa de crecimiento del gasto realizado por los turistas en nuestro país a lo largo del período analizado, muestra claramente la existencia de una fase desde el 2004 hasta el 2007 en la que se disfrutó de un crecimiento positivo cercano al 2%. Fueron años en los que el número de turistas no dejó de crecer y en los que el gasto de estos turistas se comportó de igual forma. Esta inercia se vio truncada a partir de ese último año 2007 con la irrupción de la crisis económica mundial.

Como se ha indicado anteriormente, en torno al año 2008 comienza la crisis económica en nuestro país y sus efectos sobre el turismo no se hacen esperar, pues el sector turístico se muestra especialmente vulnerable a los ciclos de recesión económica. De hecho, cualquier caída en las rentas de los turistas procedentes de nuestros países consumidores, conlleva una reducción más que proporcional en el gasto que éstos generan al visitar nuestro país, y por tanto, en el gasto total que realizan en él, lo que permite afirmar que el turismo de los no residentes en España tiene un comportamiento de bien superior o de lujo. Existen varios estudios que afirman que el turismo presenta un valor de elasticidad demanda-renta superior a la unidad (Esteban, 1987; Esteban, 2004; Witt y Witt, 1992). Es decir, la variación en la demanda del turismo en nuestro país, se ve afectada más que proporcionalmente respecto a las reducciones en el nivel de renta de los ciudadanos de nuestros principales países consumidores y el valor de esta elasticidad de la demanda-renta aumenta además, en proporción directa a la distancia del país cliente respecto a nuestras fronteras (Esteban, 2004). En concreto en España los valores de la elasticidad demanda-renta de los turistas que nos visitaron en el período 1965-2002, oscilaron entre el 1,58 de Francia (país más próximo a España) y el 2,75 de Suecia (Esteban, 2004). Por tanto el turismo de no residentes en España tuvo un comportamiento de bien superior o de lujo. Esta afirmación aparece reforzada si se compara la evolución del PIB de nuestro país con la evolución del ISTE (Indicador Sintético del Turismo Español. Es un índice elaborado por Exceltur a partir de una serie de variables relativas a la demanda turística tanto nacional como extranjera que permite reflejar la evolución temporal del PIB Turístico en España) turístico, en periodos de recesión.

Así se observa durante la desaceleración que sufrió nuestra economía en 2002, pues mientras nuestro PIB pasó de crecer un 3,6% en 2001 a un 2,7% en 2002, en esos mismo años el ISTE turístico experimentó un retroceso sensiblemente mayor, pasando del 1,7% al -1,6%. Algo similar sucedió en el ejercicio 2008, año en el que nuestro país comenzó a reflejar las consecuencias de la crisis económica mundial. Así, mientras el PIB nacional cerró con un crecimiento del 1,2%, el ISTE cayó hasta el -1,1%. Y en 2009 el ISTE del sector turístico experimentó una contracción del -5,6% mientras que el PIB sólo lo hizo en un -3,7%.

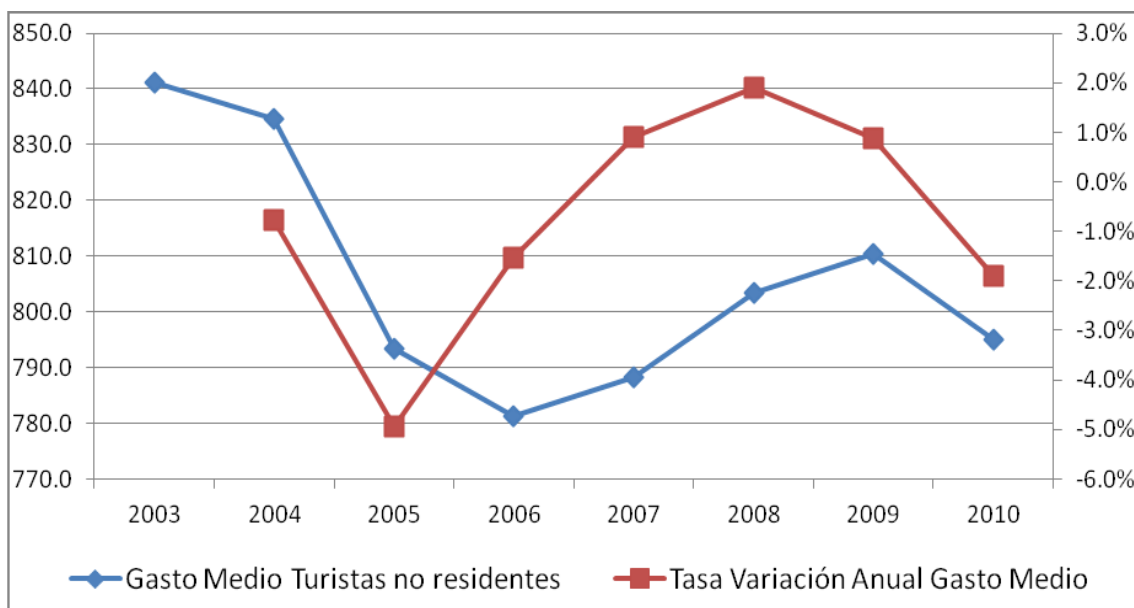
La cifra de llegadas de turistas se contrajo en el año 2008 hasta un -2,5% y los ingresos generados por estos turistas, que cambiaron su tendencia en ese año, finalizaron con un decrecimiento del -0,6% (-299,42 millones), logrando los 45.943,93 millones de euros. El gasto medio aumentó un 1,9% al haber disminuido mucho más el número de turistas que su nivel de gasto.

Las cifras de 2009 mostraron claramente la irrupción plena de la crisis en el mercado turístico español. La llegada de turistas cayó un -8,8% en comparación con 2008 y su nivel de gasto se contrajo en un -8,0% (-3.655,73 millones de euros), alcanzando los 42.288,20 millones de euros constantes de 2004, a lo que contribuyó una pronunciada reducción de los gastos en restauración y en compras (Exceltur, 2009, 2010). El gasto medio de los turistas creció un 0,9%.

Como ya se ha mencionado, 2010 fue para el sector turístico español el año del comienzo del cambio de tendencia, la entrada de turistas creció un 1% y el gasto generado por estos turistas tan sólo cayó un -1,0% (-406,48 millones de euros) hasta los 41.881,71 millones de euros, el gasto medio se contrajo en un -1,9%. Estos datos

muestran claramente la existencia de una nueva fase en la evolución de la tasa de crecimiento del gasto realizado por los turistas en nuestro país a lo largo del periodo que va del año 2008 al 2010, protagonizada por un pronunciado retroceso de la tasa de crecimiento del gasto que culminó en una disminución acumulada del -9,4% en 2010 respecto a 2007. Esa caída no fue lineal; arrancó con una leve desaceleración en 2008 (-0,9%), un fuerte desplome en 2009 (-8,0%) y una reducción en el retroceso en 2010 (-1%), en consonancia con sendas bajadas en el número de turistas (-3% y -9%) en los años 2008 y 2009 y con una leve subida (1%) en 2010.

**Gráfico 4.8. Evolución del gasto medio de los turistas en España y de su tasa de variación (2003-2010) (Euros) (%)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Frontur y Egatur.

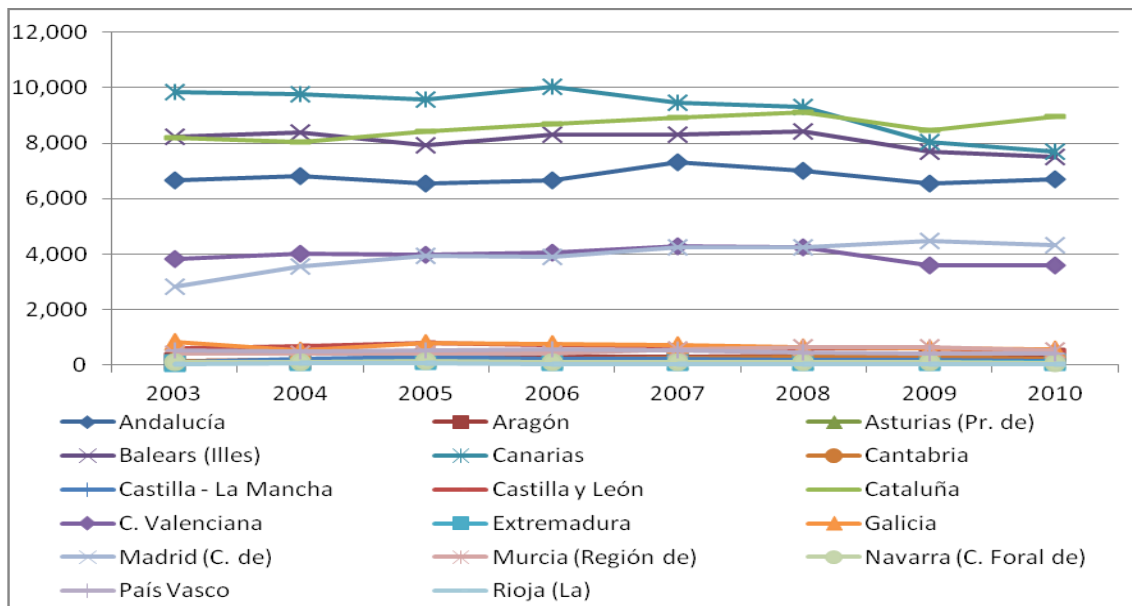
El Gráfico 4.8 refleja la evolución del gasto medio por turista que ya se ha venido comentando y de su tasa de crecimiento. Para calcularlo se ha tomado la serie de los gastos de los turistas en euros constantes de 2004 (Egatur, 2004 a 2010) y se ha dividido por la serie de los visitantes analizados en el apartado anterior de este capítulo (Frontur, 2004 a 2010).

A lo largo de todo el periodo el gasto medio decreció un -5,5% (-46 euros), al pasar de 841,1 euros a 795,1 euros. No obstante desde el nivel máximo logrado al comienzo de la serie en 2003 (841,1 euros), hasta el gasto medio mínimo de la serie, alcanzado en 2006 (781,3 euros), se llegó a producir una caída del -7,1%, después de encadenar una serie de tres años, de 2004 a 2006, consecutivos de caídas, de -0,8%, -4,9% y -1,5%, respectivamente, pues aunque la tasa de crecimiento del gasto de los turistas fueron positivas (2,3%, 1,4% y 2,1% respectivamente), las tasas de llegadas de turistas crecieron en una mayor proporción (3,1%, 6,6% y 3,7%). En los años 2007-2009 se aceleró el crecimiento del gasto medio, alcanzando unos valores del 0,9%, 1,9% y 0,9%, respectivamente, pues la tasa a la que creció el gasto (2%, -0,6% y -8%) superó en todos los años a la tasa a la que creció el número de turistas (1,1%, -2,5% y -8,8%). En 2010, no obstante, la tasa de crecimiento del gasto medio volvió a desacelerarse hasta alcanzar un -1,9%, empujada por las caídas tanto en el crecimiento del número de turistas (-1%), cómo en el del gasto de los mismos (-1%).

Seguidamente se analiza la evolución del gasto de los turistas no residentes en nuestro país por Comunidad Autónoma de destino para el período 2003-2010 en euros constantes de 2004.

El Gráfico 4.9 refleja, al igual que ocurrió con las cifras de llegadas de turistas, una elevada concentración del gasto en seis Comunidades Autónomas: Canarias, Cataluña, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid, que sumaron el 92,2% del gasto turístico extranjero medio en nuestro país del periodo 2003-2010 (ver gráfico 4.10).

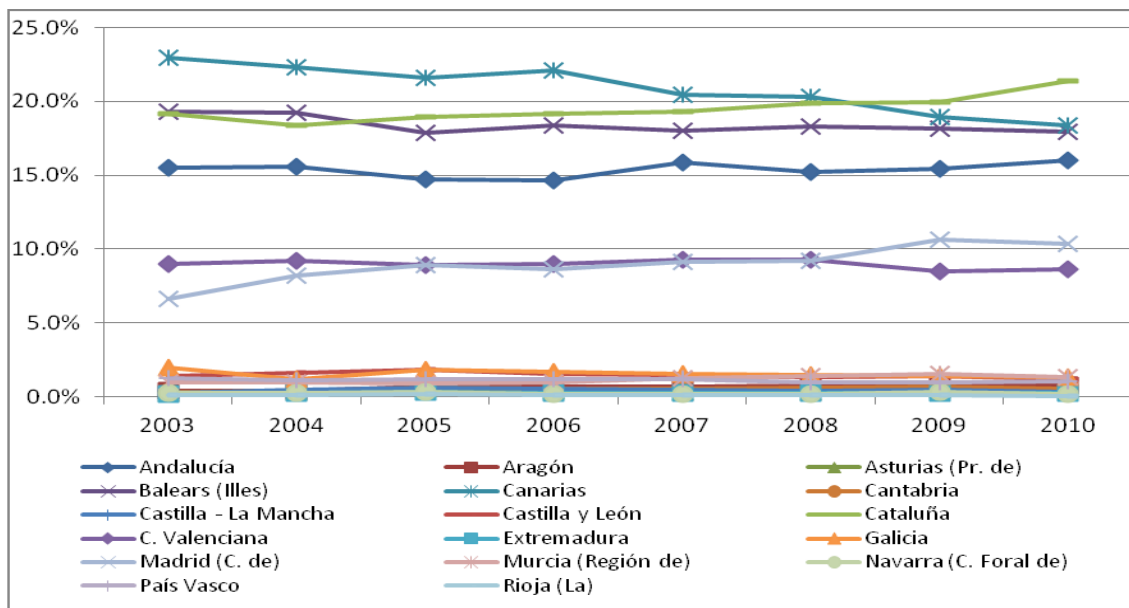
**Gráfico 4.9. Evolución del gasto de los turistas por Comunidades Autónomas (2003-2010) (Millones de euros)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Egatur.

El Gráfico 4.10 muestra los niveles de gasto relativo en cada Comunidad Autónoma respecto al total nacional para el mismo periodo.

**Grafico 4.10. Evolución de la proporción del gasto de los turistas por Comunidades Autónomas respecto al total nacional (2003-2010) (%. Total nacional =100)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos Egatur.

Los Gráficos 4.9 y 4.10, ponen de manifiesto que se ha producido un claro cambio de liderazgo en el ranking nacional. Canarias, que partía en 2003 del primer lugar con 9.829,7 millones de euros, lo que suponía el 23% del total nacional, finalizó 2010 en segundo lugar (y con escasa diferencia respecto al tercero), con 7.678,6 millones, lo que le supuso alcanzar sólo el 18,3% del gasto nacional. El nuevo liderazgo lo alcanzó Cataluña, que con 8.948,8 millones de euros en 2010 lograba el 21,4% del total del gasto de los turistas no residentes en España.

Su evolución ha sido especialmente meritoria ya que la comunidad autónoma catalana partió en 2003 del tercer lugar del listado nacional, con una cifra de gasto de turistas no residentes de 8.191,5 millones. Las Islas Baleares comenzaban en el segundo

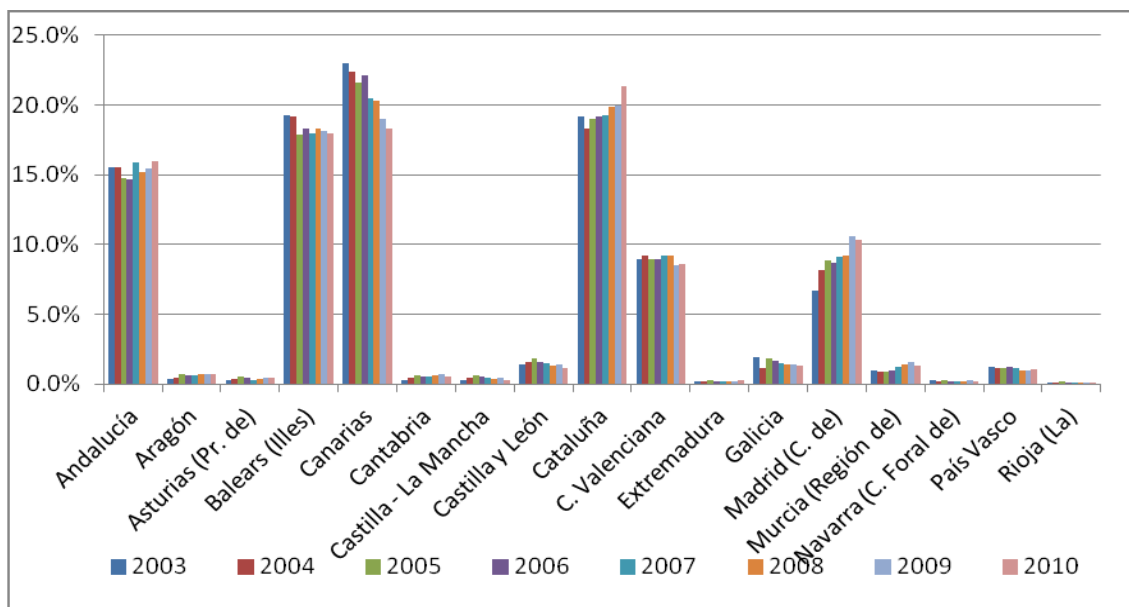


lugar nacional en 2003, con un gasto de 8.244,8 millones de euros, lo que suponía el 19,3% del total nacional. En 2010 ocupó la tercera posición con 7.508,5 millones y el 17,9% del gasto. Andalucía tenía en 2003 un 15,5% del total nacional, con un gasto de 6.643,9 millones de euros, alcanzando los 6.705,2 millones en 2010, lo que le supuso subir su cuota al 16% y retener su cuarta posición en el ranking nacional. Por la parte baja de ese grupo de regiones destacadas, también se produjo un cambio de posiciones. La Comunidad Valenciana comenzó 2003 en la quinta posición con un gasto de 3.834,4 millones y un 9% del total nacional. En 2010, a pesar de alcanzar una cifra de gasto de 3.601,4 millones, pasó a ocupar la sexta posición con un 8,6% del gasto total en España. El relevo en la quinta posición lo alcanzó la Comunidad de Madrid al conseguir incrementar los 2.848,1 millones de euros que registraba en 2003 (el 6% del total nacional) hasta los 4.338,9 millones en 2010, logrando el 10,4% del gasto nacional.

El Gráfico 4.11 muestra la evolución del peso relativo a nivel nacional del gasto de los turistas no residentes en nuestro país para cada una de las 17 Comunidades Autónomas españolas, desde 2003 hasta 2010. Se puede apreciar una vez más la enorme desproporción que existió entre los niveles de gasto registrados en Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, la Comunidad Valenciana, la Comunidad de Madrid, de un lado, y las 11 regiones españolas restantes de otro. De entre estas últimas, se deben destacar cuatro comunidades que se movieron entre el 1% y el 1,3% del total del gasto total nacional. De ellas la más sobresaliente fue Galicia, que con un total de gasto en 2003 de 832,1 millones de euros (1,9% del gasto nacional), finalizó 2010 con 553,9 millones (1,3% del total nacional). Muy cerca se encontró Castilla y León, que arrancó 2003 con 603,5 millones (1,4%) y acabó 2010 con 486,3 millones (1,2%).

A continuación se posicionó País Vasco, con 541,5 millones de euros en 2003 (1,3%) y que finalizó 2010 con 430,1 millones (1%). Finalmente fue destacable el crecimiento alcanzado por Murcia en este periodo: comenzó con 428,2 millones en 2003 (1%) y acabó 2010 superando a Castilla y León y al País Vasco con 547,7 millones de euros (1,3%), cifra muy cercana a la lograda por Galicia.

**Gráfico 4.11. Evolución del porcentaje relativo de gasto de los turistas por Comunidades Autónomas respecto al total nacional (2003-2010) (%), España= 100)**



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Egatur (Egatur, 2004 a 2010).

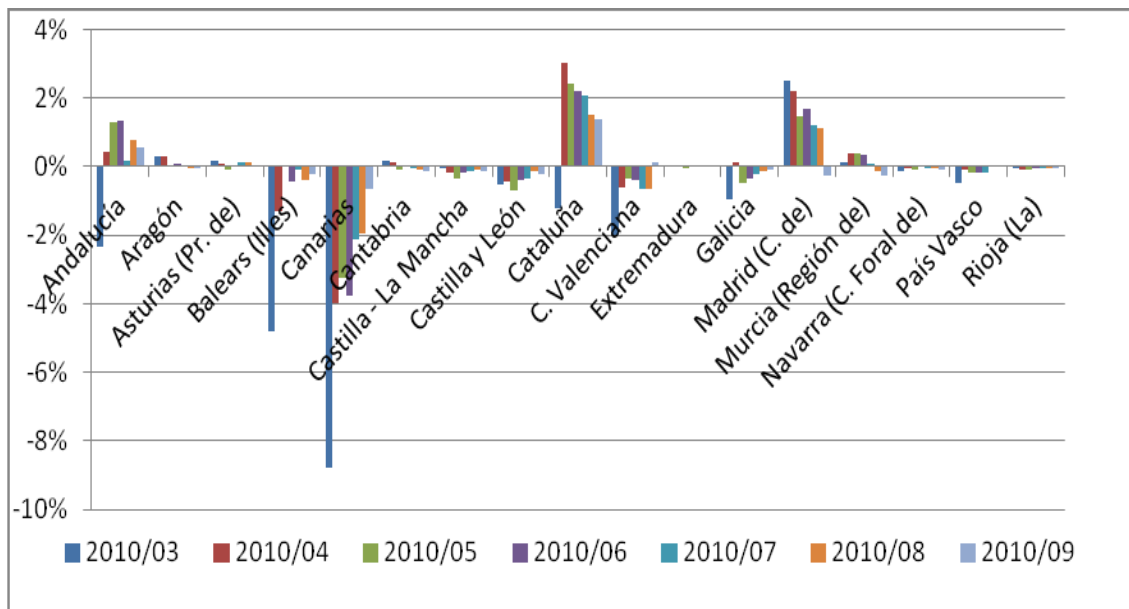
En relación a las Comunidades Autónomas que se movieron entre el 0,3% y el 0,7% del gasto total nacional. Hay que destacar la labor de promoción turística realizada en varias regiones de este escalón que elevaron notablemente los ingresos turísticos a

pesar de que, como se ha visto ya, la cifra global nacional disminuyó un -2,08% de 2003 a 2010. Es el caso de Aragón, que comenzó 2003 con un porcentaje relativo a nivel nacional del 0,4%, correspondiente a 161,8 millones de euros, y finalizó 2010 con el 0,7% y 307,1 millones. Algo parecido sucedió en las cifras de Cantabria, que en 2003 ingresaba por turismo extranjero 135,7 millones de euros (0,3% del total nacional), y en 2010 creció más de un 68% alcanzando los 228,2 millones de euros (0,5% nacional). Finalmente, el caso de Asturias, que en 2003 con 112,3 millones de euros representó sólo el 0,3% del total nacional y en 2010 esa cifra se elevó hasta los 195,6 millones y el 0,5% nacional.

Por último, el Gráfico 4.12 muestra la evolución en el peso relativo del nivel de gasto de los turistas no residentes en España por Comunidades Autónomas, comparado año a año respecto el de 2010.

**Gráfico 4.12. Evolución del peso relativo del gasto de cada Comunidad Autónoma respecto al gasto de los turistas no residentes en España (2003-2010)**

(%, España=100)



Fuente. Elaboración propia a partir de datos (Egatur, 2004 a 2010).

Se puede apreciar cómo tres Comunidades Autónomas ganaron cuota de mercado en el total nacional. Por orden de importancia fueron: Madrid, que creció en casi cuatro puntos porcentuales al pasar de ser el 6,7% del total del gasto nacional en 2003, al 10,4% en 2010; Cataluña, que aumentó en algo más de dos puntos porcentuales su participación relativa de 2003 a 2010, al pasar del 19,2% al 21,4% del total nacional; y Andalucía, que consiguió subir medio punto, al pasar del 15,5% en 2003 al 16% en 2010.

Respecto a las comunidades que perdieron peso relativo se encontraban, en primer lugar Canarias, que retrocedió casi cinco puntos, desde el 23% de 2003 al 18,3%

de 2010; a continuación Baleares, que perdió casi un punto y medio, del 19,3% de 2003 al 17,9% en 2010 y por último, la Comunidad Valenciana, que cayó casi medio punto, al pasar del 9% en 2003 al 8,6% en 2010. El resto de Comunidades Autónomas mantuvieron prácticamente inalteradas la importancia relativa del gasto realizado en ellas por el turismo respecto al total nacional.

#### **4.4. ANÁLISIS DE LAS PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS REALIZADAS POR LOS TURISTAS INTERNACIONALES RECIBIDOS EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2001 A 2010**

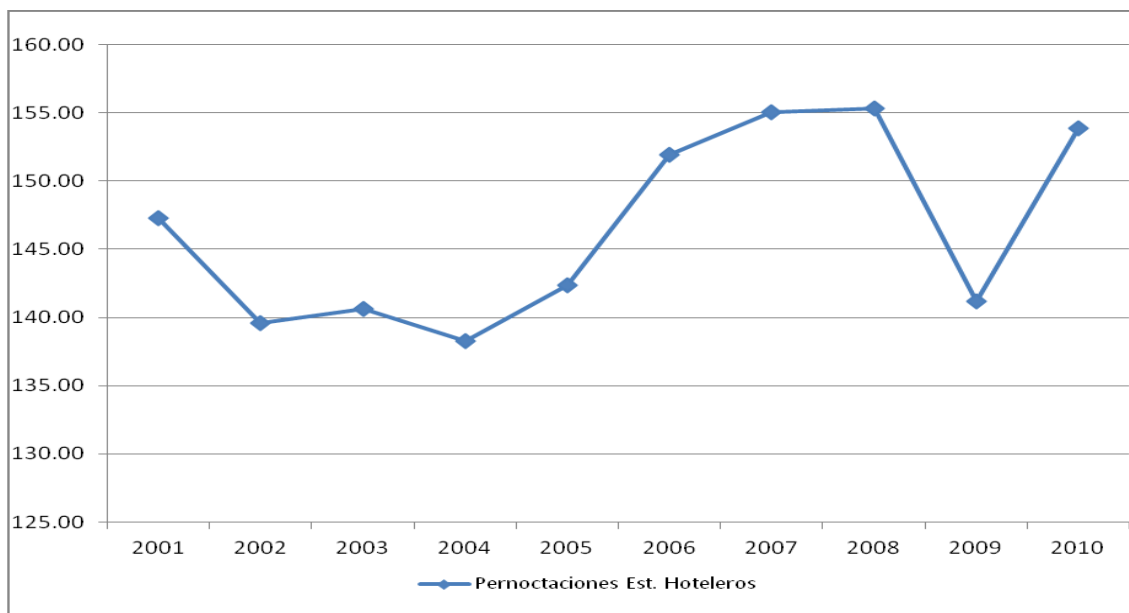
Las pernoctaciones de los turistas extranjeros en nuestro país se miden desde 1999 a través de la Encuesta de Ocupación Hotelera, que sustituye desde enero de 1999 a la anterior de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros (MVEH), ampliando la investigación a la categoría de una estrella y similares, ya que estos establecimientos, además de suponer más del 50 por ciento del total de establecimientos, representan más del 5 por ciento de entrada de viajeros (INE, 2013b).

Esta estadística toma como unidad de análisis los establecimientos hoteleros oficialmente registrados, no computándose por tanto todos aquellos hospedajes que se realicen en establecimientos no registrados administrativamente. Las unidades de análisis son todos los establecimientos hoteleros inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma. Son establecimientos hoteleros aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios, o sea, todos los hoteles y similares. Quedarían excluidos de esta categoría los alojamientos extrahoteleros (vivienda en propiedad, vivienda de familiares o amigos, vivienda alquilada y otros alojamientos) y otros sin especificar; se trata, en ambos casos, de hospedajes que en los últimos años, gracias a internet y al crecimiento espectacular del turismo urbano, se vienen imponiendo cada vez más como un importante subsector a seguir (Frontur, 2013). Además sólo computa los visitantes no residentes que pernoctan

al menos una noche en un establecimiento hotelero oficial de nuestro país, es decir, a los turistas. Por tanto los excursionistas quedan excluidos de esta estadística. Para este estudio se ha utilizado la serie de datos sobre el número de pernoctaciones realizadas en nuestro país por los turistas residentes en el extranjero, por Comunidades Autónomas.

La serie ofrecida por el Instituto de Estudios Turísticos abarca desde el año 1999 hasta el año 2010. Pero como en el año 2006 hay un cambio de metodología, sólo se han podido utilizar los datos tal y como los ofrece el Instituto desde el año 2006 en adelante, pues los datos publicados a partir de enero de 2006 no son directamente comparables con los publicados hasta diciembre de 2005. Para facilitar su comparabilidad, el Instituto ofrece unos coeficientes de enlace para el año 2005. Estos coeficientes, que son diferentes para cada provincia, se ofrecen de dos formas. Una, para cada mes del año 2005 y otra para todo el año 2005. Esta segunda modalidad de coeficientes de enlace es la que se ha utilizado para elaborar la serie de datos desde 2001 hasta 2005.

La evolución que ha experimentado el número de pernoctaciones que los turistas extranjeros han realizado en nuestro país en el periodo 2001 a 2010 se refleja en el Gráfico 4.13. La primera característica diferencial de este variable con relación a la evolución de los turistas llegados a España y a la del gasto que éstos han generado, ya analizados anteriormente, es su mayor volatilidad.

**Gráfico 4.13. Evolución del número de pernoctaciones de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles (2001-2010) (Millones)**

Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

Arranca la serie en 2001 con 147,3 millones de pernoctaciones y finaliza en 2010 con 153,9 millones, es decir un incremento del 4,5%, con un mínimo de 138,3 millones en 2004 y un máximo de 155,3 millones en 2008. En el ejercicio 2002 se produjo una caída de 7,7 millones de pernoctaciones de extranjeros en comparación con la cifra alcanzada en 2001, caída que está en consonancia con el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales y del gasto que realizaron, y que revela el negativo efecto psicológico del contexto geopolítico mundial (atentado de Nueva York del 11 de septiembre de 2001). La aplicación de las medidas anti-crisis en Europa y Estados Unidos en 2003, permitieron revertir la caída y convertirla en un tenue crecimiento (1,05 millones), aunque en 2004 volvieron los decrementos negativos (-2,39 millones)

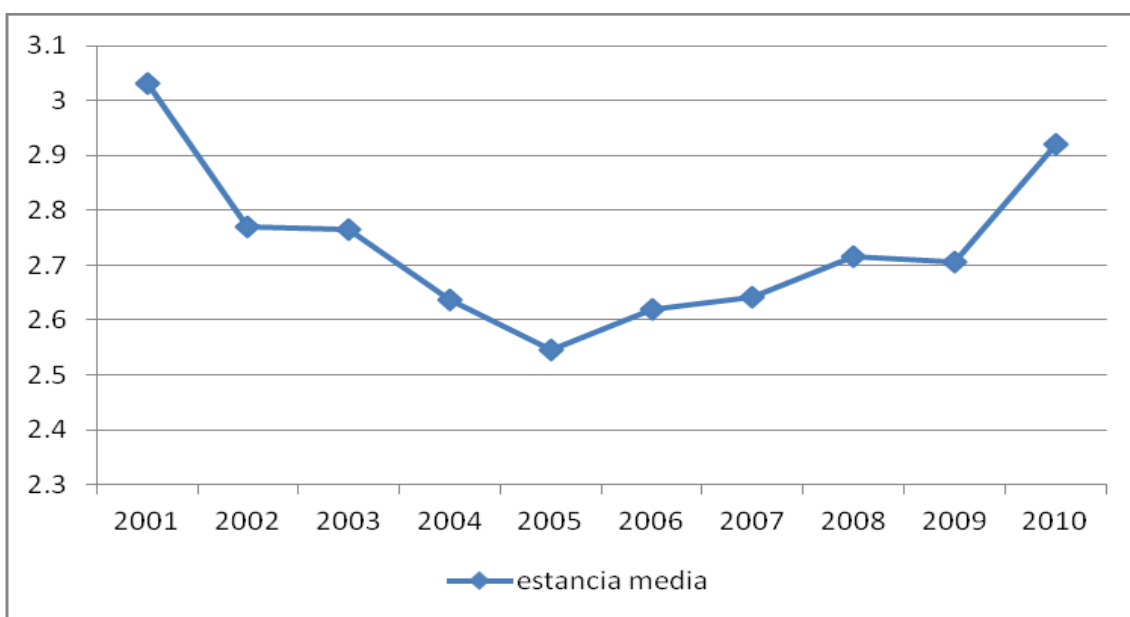


caída que fue recuperada y superada ampliamente en 2005 (4,08 millones), a consecuencia de los atentados integristas islámicos. Esta senda de crecimiento se acentuó en 2006 (9,54 millones más), en virtud del mejor clima económico mundial general y europeo en particular y de la continuación de la situación de inseguridad en los países islámicos del mediterráneo oriental.

En 2007, aunque la disolución de la amenaza terrorista islámica en los países competidores del mediterráneo restó turistas, el crecimiento del turismo urbano (al calor de las compañías aéreas de bajo coste y del turismo de cruceros), permitió que las pernoctaciones de turistas extranjeros aumentaran en 3,15 millones. En el ejercicio 2008 el crecimiento fue prácticamente plano (0,28 millones) reflejando ya (especialmente en el segundo semestre), que el turismo exterior comenzaba a mostrar fuertes síntomas de debilidad de demanda, causada por la crisis financiera mundial que arrancó en Estados Unidos a finales de 2007 y que prendió la mecha de nuestra propia crisis nacional, de mucho mayor calado. La caída de pernoctaciones en 2009 fue realmente espectacular (-14,14 millones), mucho mayor que la sufrida en el número de turistas (-4,51 millones). Es decir, se redujeron las estancias medias en establecimientos hoteleros y los turistas extranjeros hicieron un mayor uso de los establecimientos no reglados (familiares, amigos, alquileres privados.....). Igual de llamativa resulta la recuperación lograda en 2010 (12,69 millones más de pernoctaciones). En esta ocasión casi todas las variables fueron favorables: recuperación económica exterior, aparición de nuevos mercados internacionales, política de rebajas en los precios del sector, crecimiento del turismo urbano....

La estancia media en establecimientos hoteleros de los turistas llegados a España aparece en el Gráfico 4.14, que refleja su evolución en el periodo estudiado, con valores comprendidos entre 2,5 y 3.

**Gráfico 4.14. Evolución de la estancia media de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles (2001-2010) (días)**

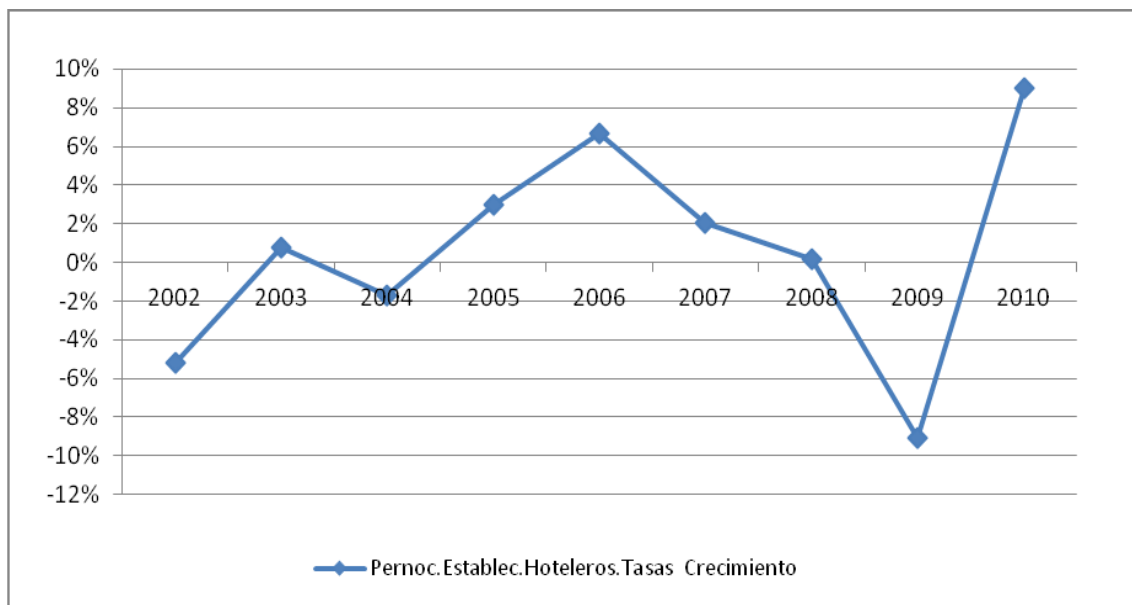


Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

En el Gráfico 4.15 se muestran las tasas de crecimiento interanuales, lo que permite comprobar claramente las enormes y pronunciadas oscilaciones que experimenta esta variable. Pudiendo pasar con enorme facilidad del crecimiento positivo al negativo y viceversa. Todo esto parece indicar que la variable Pernoctaciones de Turistas Extranjeros presenta una alta sensibilidad a múltiples

factores determinantes, teniendo carácter externo la mayoría de ellos. Estos factores pueden adicionar o compensar sus efectos positivos o negativos, según las circunstancias del entorno. Entre estas variables exógenas al sector es posible citar los ciclos económicos internacionales, las catástrofes meteorológicas, los actos terroristas o los conflictos bélicos o laborales.

**Gráfico 4.15. Evolución de la tasa de crecimiento del número de pernoctaciones de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles (2001-2010) (%)**



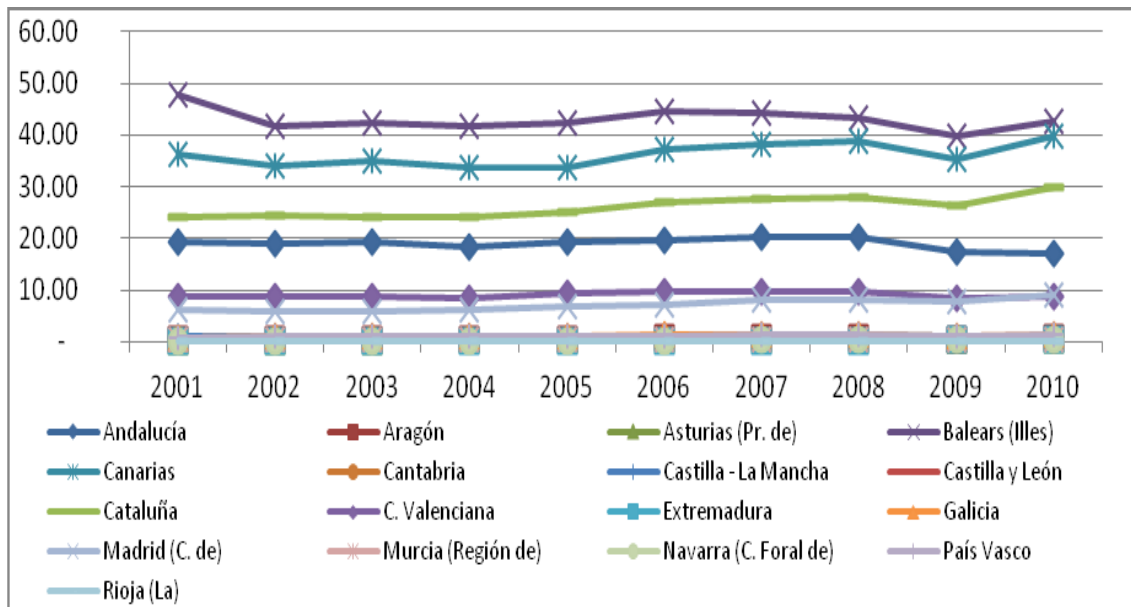
Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

A continuación, en el Gráfico 4.16 se representa el número de pernoctaciones de los turistas extranjeros en establecimientos hoteleros españoles por Comunidades Autónomas. De forma destacada y a lo largo de toda la serie temporal, el liderazgo nacional en esta variable lo ostenta las Islas Baleares, que arrancó en 2001 con 47,85

millones de pernoctaciones y finalizó 2010 con 42,50 millones (perdió 5,35 millones). En el gráfico 4.18 se apreciará cómo esta caída le hizo perder peso relativo en el total nacional (-7%).

Hay que recordar que Baleares en 2001 ocupaban el segundo lugar tanto en llegadas de turistas internacionales, como en nivel de gasto de estos turistas. Además, a finales de 2010, aunque mantuvo la posición con la variable visitantes no residentes, bajó hasta el tercer puesto a nivel nacional en la variable gasto. En segunda posición se situó Canarias, con 36,15 millones de pernoctaciones en 2001 y 39,66 millones en 2010. Su peso relativo en el total nacional aumentó un 1% (ver gráfico 4.17), situándose en una posición de liderazgo tanto en llegadas de visitantes no residentes como en nivel de gasto de estos visitantes no residentes, a finales de 2001. Pero en 2010 se vio desplazada al tercer lugar en llegadas y al segundo puesto en gasto.

**Gráfico 4.16. Evolución del número de pernoctaciones de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles por CC. AA. (2001-2010) (Millones)**



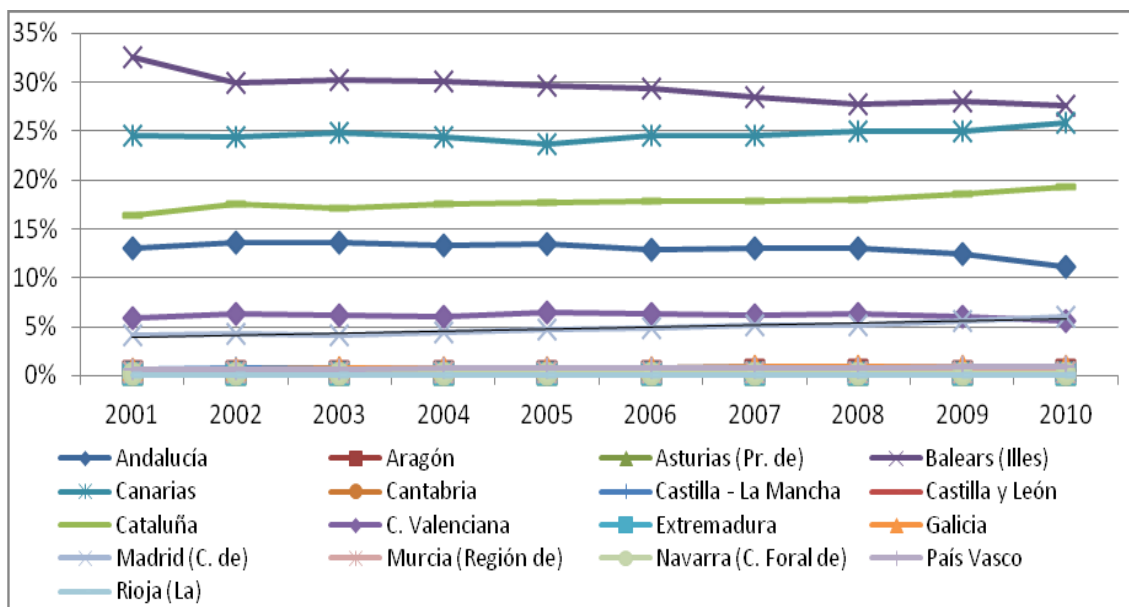
Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

Cataluña con 24,13 millones de pernoctaciones en 2001 y 29,73 millones en 2010 se posicionó en tercer lugar. El Gráfico 4.17 muestra cómo este crecimiento le hizo ganar un 3% en el peso relativo nacional. Esta comunidad aunque inició 2001 en este mismo lugar en las estadísticas de llegadas y gasto de los visitantes no residentes, en 2010 se elevó hasta el liderazgo nacional en ambas variables. Andalucía partió 2001 con 19,22 millones y finalizó 2010 con una pérdida de -2,02 millones, es decir 17,20 millones. Lo que le llevó a reducir su peso relativo en el total nacional del 13% al 11%.

Los datos de la Comunidad Valenciana permanecieron muy estables. En 2001 disfrutaba de 8,62 millones de pernoctaciones y en 2010 contaba con 8,61 millones. Su peso relativo nacional se mantuvo en el 6% inicial. Por último analizaremos la

Comunidad de Madrid, que logró un espectacular incremento de pernoctaciones, al pasar de 6,11 millones en 2001 a 9,19 millones en 2010. Lo que le permitió aumentar su peso relativo en el total nacional desde el 4% al 6%.

**Gráfico 4.17. Evolución del porcentaje relativo del número de pernoctaciones de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles por CC. AA. respecto al total nacional (2001-2010) (% , España = 100)**



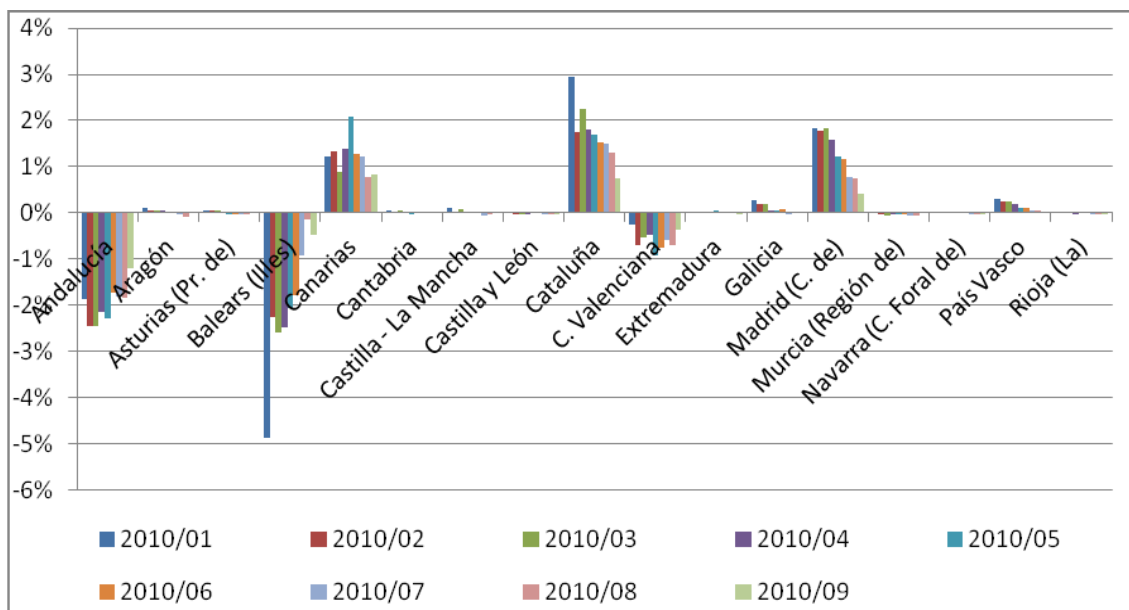
Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

Finalmente en el Gráfico 4.18 se representa la evolución del peso relativo de las pernoctaciones de los turistas extranjeros en cada comunidad autónoma respecto al total nacional, comparado año a año con el nivel de 2010. Se puede observar que dos gobiernos autonómicos han perdido peso de 2001 a 2010. El que sufrió una mayor

pérdida fue Baleares, que cayó cinco puntos relativos, al pasar de ser el 32% del total de las pernoctaciones de turistas extranjeros en España en 2001, a sólo el 28% en 2010.

A continuación, Andalucía, también disminuyó dos puntos porcentuales, al pasar del 13% de total nacional en 2001 al 11% en 2010. En el lado contrario de las Comunidades Autónomas que ganan peso nos encontramos en primer lugar a Cataluña que sumó tres puntos porcentuales, pasando del 16% en 2001 al 19% del total nacional en 2010. A continuación se situó la Comunidad de Madrid, que sumó dos puntos porcentuales, al pasar del 4% en 2001 al 6% en 2010. La tercera mejor ganancia la posee Canarias, que sumó un punto porcentual, pasando del 25% en 2001 al 26% en 2010. El resto de Comunidades Autónomas no presentaron alteraciones reseñables.

**Gráfico 4.18. Evolución de la posición relativa de las Comunidades Autónomas respecto al número de pernoctaciones de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles (2002-2010) (% , España = 100)**



Fuente. Elaboración propia (EOH, 2001 a 2010).

#### 4.5. CONCLUSIONES

España es una potencia mundial en turismo, posicionándose entre el segundo y el tercer lugar por número de turistas y por ingresos en la década de 2001 a 2010. Además los ingresos generados por el turismo permitieron cubrir de media el 52% del déficit comercial español en dicha década y alcanzaron de media el 11% del PIB español.

Nuestro país tiene potentes fortalezas en el sector turístico: una dotación privilegiada de recursos naturales, un clima muy atractivo para norte y centroeuropeos, una extensa y variada cultura, un nivel de infraestructuras y de seguridad propio de un país desarrollado y un decidido apoyo institucional hacia el sector.

También presenta debilidades internas como son: un nivel de concentración del 67% de la demanda exterior de 2010 en sólo 5 países (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Holanda); la fuerte competencia de los destinos sustitutivos de los países del mediterráneo oriental (Turquía, Egipto, Marruecos, Croacia y Túnez); una elevada acumulación de la demanda en pocas Comunidades Autónomas de destino (Baleares, Canarias, Cataluña y Andalucía sumaban en 2010 el 85% del total de pernoctaciones de los turistas extranjeros en hoteles), la pérdida de competitividad causada por los diferenciales de inflación con los principales países clientes y una fuerte revaloración durante esta década del euro frente al dólar y a la libra esterlina. Además, este sector presenta una elevada sensibilidad a variables exógenas, como el clima de seguridad y confianza, o la coyuntura macroeconómica mundial y/o nacional.



En la primera década del s. XXI se han producido cambios acelerados en la composición de la demanda, en el nivel de exigencia y necesidades de los nuevos turistas y en las utilidades esperadas del producto turístico español. En este sentido, ha sido especialmente espectacular el crecimiento en el número de pasajeros en compañías aéreas de bajo coste que llegaron a nuestro país, que pasaron de ser poco más de 2 millones en 2001, a superar los 32 millones en 2010. De igual manera, el turismo de cruceros creció en Europa un 158% en este período (de 1,9 millones de pasajeros en 2001 a 4,9 millones en 2010) y en España se evolucionó desde los 3,55 millones de cruceristas recibidos en 2004, hasta los 5,88 millones en 2008 (un 66% de incremento). Estas dos nuevas tendencias del mercado turístico mundial fomentaron el turismo urbano como destino, lo que explica el aumento del 39% (de 51,8 millones en 2002 a 72,2 millones en 2010) en las pernoctaciones hoteleras en ciudades españolas.

De 2001 a 2010 los turistas no residentes que visitaron nuestro país crecieron en 4,11 millones (8,46% de incremento), al pasar de los 48,56 millones a los 52,68 millones. Aunque la serie no fue homogénea, en 2008 y 2009 la crisis económica causó caídas en el número de turistas en nuestro país. En el total del período los visitantes aumentaron en 16,34 millones (un 22,1%), es decir de 75,56 millones a 91,90 millones. El desglose regional muestra una clara concentración. Seis Comunidades Autónomas: Cataluña (25%), Baleares (18%), Canarias (18%), Andalucía (15%), Comunidad Valenciana (10%) y Comunidad de Madrid (7%), sumaban de media el 91% de los turistas que visitaron nuestro país desde 2001 hasta 2010. El estudio detallado muestra que en la década tres Comunidades Autónomas han perdido peso relativo en el total nacional: Canarias un -5%, Baleares un -4% y Andalucía un -2%. En dirección opuesta, ganaron importancia relativa la Comunidad Valenciana, que pasó del 9% al 10%, la

Comunidad de Madrid, del 6% al 9% y destacadamente Cataluña, que al pasar del 20% al 25%, ascendió de la tercera posición nacional en 2001 hasta el liderazgo en 2010.

En euros constantes del 2004, el gasto de los turistas no residentes en España disminuyó en un -2,08% de 2003 a 2010 (de 42.773 millones a 41.882 millones), debido en buena medida a la aparición de variables exógenas negativas como el terrorismo mundial y la crisis económica que se inició a finales de 2007. La variable gasto realizado en España por los turistas presentó un comportamiento de bien superior, como consecuencia de mostrar un efecto más que proporcional en la reducción de la demanda turística ante las caídas en el nivel de renta de nuestros principales países clientes. A nivel regional, se reprodujo la concentración mayoritaria en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana, que sumaron el 92,1% del total del gasto turístico medio para el período de 2003 a 2010. Cataluña obtuvo el liderazgo nacional al pasar del 19,2% al 21,4% del total del gasto. Canarias, que partió de la posición de liderazgo en 2002, a pesar de perder casi un 5% de peso relativo (al pasar del 23% al 18,3%), logró mantener la segunda posición. En la tercera plaza en 2010 se situó Baleares, que también perdió un 1,4% de cuota nacional, al pasar del 19,3% al 17,9%. Andalucía retuvo la cuarta posición nacional, aumentando su cuota relativa del 15,5% al 16%. La Comunidad de Madrid logró una meritoria quinta posición, al pasar de una cuota nacional del 6,7%, a otra del 10,4%. Lugar en la clasificación que arrebató a la Comunidad Valenciana, que en 2010 ocupaba el sexto lugar, después de pasar del 9% al 8,6% del total nacional.

Las pernoctaciones de los turistas extranjeros en establecimientos hoteleros españoles en el período de 2001 a 2010, se han caracterizado por presentar unas fuertes oscilaciones. En el total del período analizado, las pernoctaciones aumentaron en 6,6 millones (4,5% de crecimiento), al pasar de las 147,3 millones en 2001 a las 153,9 millones en 2010. Para esta variable, las seis comunidades destacadas del país: Baleares, Canarias, Cataluña, Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana, agregaban el 96% del total de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros españoles. La característica de insularidad de que disfruta, hizo que Baleares disfrutara del liderazgo nacional, aunque perdió un 4% de peso relativo, al pasar del 32% del total nacional al 28%. Igual condición de insularidad posee Canarias, que desde la segunda posición vio crecer su participación relativa del 25% al 26%. A continuación se encontraba Cataluña, que también aumentó su importancia relativa nacional, al pasar del 16% en 2001 al 19% en 2010. Andalucía bajó su porcentaje relativo del 13% de 2001 al 11% de 2010. En quinta posición se situó la Comunidad de Madrid que subió del 4% al 6%. Finalmente, la Comunidad Valenciana mantuvo su participación relativa en el 5,6% dentro del período, aunque fue desplazada de la quinta a la sexta posición nacional por la Comunidad de Madrid. La estancia media de los turistas no residentes en establecimientos hoteleros españoles se redujo en un -3,6% en la primera década del s. XXI, al pasar de 3,03 días en 2001 a 2,92 días en 2010. Se experimentó una fase decreciente inicial hasta 2005, que alcanzó un mínimo de 2,55 días, y una fase creciente a continuación, hasta lograr los 2,92 días ya vistos, en 2010.

## REFERENCIAS CAPÍTULO IV

Artal, A., García, A. y Navarro, J.M. (2010). Factores determinantes de la duración de la estancia turística en un destino de sol y playa: El caso de la Región de Murcia. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 43-66.

Banca March. (2012). *Informe del Sector Turístico. Resumen Ejecutivo*. Palma de Mallorca: Banca March.

Banco de España (2001 a 2010). Recuperado de:  
<http://www.bde.es/bde/es/areas/estadis/>

Egatur. (2004 a 2011). *Encuesta del gasto turístico*. Instituto de Estudios Turísticos (IET).Madrid: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). (2001 a 2010).Instituto Nacional de Estadística. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.

Esteban, Á. (1987). Análisis de la demanda: Aplicación a la actividad turística de las técnicas de predicción. Madrid. Universidad Complutense.

Esteban, Á. (2004). Modelo de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia. *Mediterráneo Económico*, 5, 81-101.

European Cruise Council. (2010). *The Cruise Industry: Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe.2010 Edition*.G.P. Wild (International) Limited and Business Research & Economic Advisors.

Exceltur. (2004 a 2011). *Perspectivas Turísticas*. Madrid: Exceltur.

Exceltur. (2004). *Evolución del turismo en España*. Madrid: Exceltur.

Exceltur. (2012). Recuperado el 11 de Noviembre de 2012 de:

[http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/conozca\\_que\\_es.aspx](http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/conozca_que_es.aspx)).

Frontur. (2000 a 2011). *Movimientos turísticos en fronteras* (Frontur). Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

Frontur. (2013). Recuperado el 11 de Septiembre de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/metodologia/paginas/referenciametodologica.aspx>

Hosteltur. (2007). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de:

<http://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/01/f6bfd77903b762e7.pdf>

Hosteltur. (2013). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de:

[http://www.hosteltur.com/162460\\_tendencias-turismo-urbano-claves-exito-mercado-oferta.html](http://www.hosteltur.com/162460_tendencias-turismo-urbano-claves-exito-mercado-oferta.html).

Iccaworld. (2013). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de:

<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>

Indexmundi. (2013). Recuperado el 5 de julio de 2013.

<http://www.indexmundi.com/es/precios-de-mercado/?mercancia=petroleo-crudo&meses=180>.

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2013a). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2013b). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turísticos (IET), (2013c). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2013d). Recuperado el 16 de agosto de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es->

[ES/estadisticas/otrasestadisticas/ocupatur/Paginas/default.aspx](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/ocupatur/Paginas/default.aspx)

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2013e). Recuperado el 16 de Agosto de 2013 de:

<http://www.iet.tourspain.es/es->

[ES/estadisticas/otrasestadisticas/habitur/Paginas/default.aspx](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/habitur/Paginas/default.aspx)

Instituto de Estudios Turísticos (IET) (2010). *Compañías aéreas de bajo coste*. Madrid:

Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2001 a 2010). Recuperado de:

<http://www.ine.es/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2011. Recuperado el 9 de agosto de 2013 de :

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe179%2F&file>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013a). Recuperado el 10 de agosto de 2013 de:

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35%2Fp011&file=inebase&L=0>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013b). Recuperado el 20 de agosto de 2013 de:

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft11/e162eoh&file=inebase>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013c). Recuperado el 22 de agosto de 2013 de: <http://www.ine.es/varipc/>

Kim, S.S., y Wong, K.K.F. (2006). Effects of news shock on inbound tourism demand volatility in Korea. *Journal of Travel Research*, 44, 457-466.

Tourspain. (2013). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de: <http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx>.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (1992). *Annual Report 1992*. Madrid: World Tourism Organization.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2000 A 2011). *World Tourism Barometer 2000 a 2011*. Madrid: World Tourism Organization.

Vacas, C. y Landeta, M.H. (2009). Aproximación al último medio siglo del turismo en España, 1959-2009. *Estudios Turísticos*, 180, 21-64.

Velasco, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42, 1, 169-295.

Witt, S.F. y Witt, C.A. (1992). *Modeling and Forecasting Demand in Tourism*. Londres. *Academic Press*.



## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO A LA PRODUCCIÓN EN LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS (1999-2008)**

El objetivo de este capítulo es determinar el grado en el que el turismo contribuye al crecimiento económico de las diferentes provincias y regiones españolas y en qué medida las diferencias de turismo provincial o regional explican las diferencias de productividad entre las diferentes provincias o regiones y sus tasas de crecimiento. Los resultados obtenidos mediante el análisis de datos de panel muestran que el turismo contribuye de manera positiva a la producción provincial y regional. Las diferencias en turismo de cada provincia (región) con relación al promedio nacional alcanza el 18,13% (19,56%) de las diferencias de productividad con respecto a la media nacional. Por lo tanto, el turismo es un factor clave en la diferenciación de los ingresos entre las

CAPÍTULO V: CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA PRODUCCIÓN DE LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS DESDE 1999 A 2008

provincias y regiones españolas. Además, el turismo representa el 9,61 (13,19) por ciento de crecimiento provincial (regional).

## 5.1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la segunda mitad del s. XX, un considerable número de estudios fueron poniendo de manifiesto de forma indirecta (Sinclair, 1998), el importante papel que el turismo tenía sobre el desarrollo económico de un país. En estos informes, se considera que los ingresos extranjeros provenientes del turismo, pueden ser utilizados para importar bienes de capital que permitan producir, a su vez, bienes y servicios (McKinnon, 1964), que el turismo puede favorecer el empleo, generar ingresos impositivos adicionales (Archer, 1995; Davis et al. 1988; Belisle y Hoy, 1980; Durbarry, 2002; Khan et al, 1990; Uysal y Gitelson, 1994; West, 1993), favorecer el crecimiento económico gracias al incremento de eficiencia logrado con la competencia (Bhagwati y Srinivasan, 1979; Krueger, 1980) y posibilitar el desarrollo de economías de escala al nivel local (Helpman y Krugman, 1985). En definitiva, los ingresos del turismo pueden potenciar el desarrollo económico de un país, gracias a su positiva influencia en la economía a través de un amplio abanico de efectos indirectos y otras externalidades (Marin, 1992). Sin embargo, hasta el s. XXI no se han comenzado a realizar investigaciones empíricas que confirmen esa contribución del turismo al crecimiento económico. Lanza y Pigliaru (2000) fueron los primeros en investigar esta relación desde un punto de vista empírico, mientras que Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) fueron pioneros en analizar la hipótesis del turismo que impulsa el crecimiento económico (*TLG*). Desde el primer momento, un creciente número de artículos con un objetivo similar han sido publicados. Más de 40 informes han utilizado el análisis de series temporales en un sólo país. Entre ellos pueden citarse algunos como: Arslanturk

et al. (2011), Brida et al. (2009, 2010), Chen y Chiou-Wei (2009), Dritsakis (2004), Durbarry (2004), Gunduz y Hatemi-J (2005), Jin (2011), Katircioglu (2007, 2009, 2010), Kim et al. (2006), Lean y Tang (2010), Lee y Chien (2008), Oh (2005) y Ongan y Demiröz (2005). La mayoría de estos estudios confirma la hipótesis *TLG*.

En torno a unos 14 estudios utilizan la técnica de datos de panel. Prestando generalmente atención a las características de los países que forman la muestra y realizando estudios de submuestras con características específicas para poder ir asociando dichas diferencias con el impacto del turismo sobre el crecimiento económico. Entre estos estudios pueden citarse algunos tales como Adamou y Clerides (2010), Eugenio-Martín et al. (2004), Holzner (2011), Lee y Chang (2008), Narayan et al. (2010), Seetanah (2011) y Sequeira y Nunes (2008). Todos ellos utilizando diversas muestras de datos de países.

A pesar de esta considerable cantidad de estudios, sólo hay unos pocos que analicen consistentemente la forma en la que el turismo puede explicar las diferencias regionales en un país. Entre estos pocos estudios, debemos mencionar los siguientes: el de Proenca y Soukiazis (2008), para las regiones portuguesas, y el de Cortés-Jiménez (2010) sobre las regiones españolas e italianas.

Siguiendo la línea emprendida por estos últimos autores, el objetivo de este apartado es analizar cómo el turismo afecta al crecimiento y a la productividad en las diversas áreas geográficas de España. Sin embargo, el tamaño de las regiones de España es muy variable, algunas son uniprovinciales y en otras hay muchas provincias (hasta nueve). También se encuentran provincias dentro de una misma región con mucho turismo, mientras que en las otras no. Este estudio presenta la novedad de la

consideración de las provincias españolas como unidad de análisis, para determinar con consistencia la relación entre el turismo y el crecimiento económico y sus efectos territoriales. Se ha incluido también un análisis regional que completa el estudio.

De acuerdo con lo anterior, este capítulo no sólo tiene como objetivo analizar si el turismo afecta al crecimiento y a la productividad en diversas zonas de España, sino que además, pretende valorar hasta qué punto el turismo puede ser el responsable de las diferencias de VAB por ocupado que se observan en las distintas zonas de España. Este último propósito supone un paso más en relación a los estudios precedentes sobre el tema.

El análisis comienza con la estimación econométrica de una función de producción que incluye además del turismo, otros factores económicos explicativos del crecimiento. Pues como afirman Cortés-Jiménez and Pulina (2010), las variables que aportan una contribución decisiva al crecimiento no deben ser excluidas del análisis si se quiere mostrar adecuadamente la manera en la que el turismo contribuye al mismo. Seguidamente, y a partir de los coeficientes estimados, se determina en qué modo el distinto nivel turístico de cada zona territorial determina que existan diferencias en el valor añadido y de tasas de crecimiento. Valorando tanto el efecto del turismo nacional como internacional.

En este capítulo, en el apartado 5.2 se describe la metodología utilizada. En el apartado 5.3 se presentan las fuentes de información estadística utilizadas, haciendo especial referencia a los datos relativos al turismo. En el apartado 5.4 se presentan los resultados. Y en el apartado 5.5 se exponen las conclusiones

## 5.2. METODOLOGÍA

### 5.2.1. Función de producción

En este capítulo vamos a analizar en qué modo el turismo nacional y extranjero contribuyen a la producción provincial, desde 1999 hasta 2008. Para ello, se parte de una función de producción (Y) tipo Cobb-Douglas, en la que se establecen como factores independientes el empleo (L), el capital privado (K) el capital público (G), el capital humano (h), el número de turistas visitantes por ocupado (v) y una variable exógena constante (A), que recoge la influencia de factores de escala tales como el progreso tecnológico, economías de aglomeración.

Analíticamente la función se expresa del siguiente modo:

$$Y_{it} = A_{it} \alpha_{it}^{\beta} K_{it}^{\chi} v_{it}^{\omega} L_{it}^{\lambda} \quad [1]$$

Donde i hace referencia a las cincuenta provincias españolas (o 17 Comunidades Autónomas), t a cada uno de los años estudiados y  $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\chi$ ,  $\omega$  y  $\lambda$  reflejan la elasticidad del valor añadido bruto respecto a cada uno de los regresores considerados.

Tomando logaritmos y bajo el supuesto de que la función de producción presenta rendimientos constantes a escala en el capital privado, público y trabajo, dado el capital humano y el nivel de turismo, la función [1] adopta la forma siguiente en términos de producto por ocupado:

$$\ln y_{it} = \ln A_{it} + \beta \ln \alpha_{it} + \chi \ln K_{it} + \omega \ln v_{it} + \lambda \ln L_{it} \quad [2]$$

Donde las variables en minúsculas expresan el logaritmo de las variables en términos de población ocupada.

Si las variables se expresan en primeras diferencias, [2] adopta la siguiente forma:

$$y_{it} = \dots + \dots + \dots + \dots + \dots \quad [3]$$

Donde se ha utilizado cursiva para indicar las primeras diferencias.

Asimismo, se considera que  $a_{it}$  es la suma de un efecto fijo temporal común para todas las provincias ( $\delta_i$ ) y de un término que refleja los posibles efectos *spillover* (desbordamiento o externalidad) que hay entre ellas. La literatura empírica sobre el desbordamiento espacial de la productividad de las infraestructuras, muestra un patrón de reducción en la estimación de la elasticidad *output* respecto del capital público a medida que descendemos en el grado de agregación. Rodríguez-Vález et al. (2004) interpretan, de acuerdo con De la Fuente (1996), que tal reducción indica la existencia de un efecto desbordamiento, al perderse los efectos desbordados hacia otra región, efectos que sí serían capturados por los parámetros estimados en los modelos con un mayor nivel de agregación. La idea que hay detrás de este concepto es que la producción de una provincia puede estar afectada, positiva o negativamente, por las inversiones en capital público de las provincias cercanas. De este modo, es necesario incluir alguna medida del capital público de las provincias cercanas. Siguiendo la definición de Holtz-Eakin y Schwartz (1995) de stock de capital público efectivo, puede hallarse el efecto *spillover* del siguiente modo:

$$s_{it} = \sum_{j=1}^n$$

Donde  $j$  indica las provincias diferentes a la provincia  $i$  y  $w_{ij}$  es el peso del stock de capital de otras provincias que tratan de tener en cuenta la heterogeneidad espacial reflejando la intensidad de la interrelación entre cada par de economías  $i$  y  $j$ . De tal modo que la matriz de pesos ( $w_{ij}$ ) se define de forma que es igual a uno para la provincia adyacente y cero para las que no comparten frontera (Kelejian and Robinson, 1997); cumpliéndose que  $w_{ij} = 0$  cuando  $i = j$ . De este modo:

$$a_{it} = \dots + \dots \quad [4]$$

Dónde  $\beta_s$  refleja el efecto *spillover*.

La función de producción a estimar queda entonces expresada como sigue, al introducirle además como variables control la proporción sobre la población ocupada de la población ocupada en el sector agrícola ( $ca$ ) y de la industria ( $ci$ ), para cada una de las provincias españolas :

$$y_{it} = \dots + \dots + \dots + \dots + \dots + \dots + \dots + \dots \quad [5]$$

Para valorar adecuadamente el grado en que el turismo nacional y extranjero contribuyen a la producción provincial y si hay diferencia entre ellos, se ha procedido a definir además de la función de producción anteriormente especificada en la que se incluye el número de turistas globalmente (independientemente de su procedencia), otra función de producción en la que se distinga el turismo en función de su origen nacional o extranjero.



De este modo, la función de producción queda expresada como:

$$Y_{it} = \alpha_0 \cdot L_{it}^{\beta} \cdot U_{it}^{\gamma} \cdot v_{C_{it}}^{\delta} \cdot v_{A_{it}}^{\epsilon} \cdot L_{it}^{\lambda} \quad [6]$$

Donde  $ve$  hace referencia al turismo de procedencia nacional y  $vx$  al turismo procedente del extranjero. En términos logarítmicos, por ocupados y en primera diferencias, esa función se expresa del siguiente modo:

$$y_{it} = \alpha_0 + \beta \cdot l_{it} + \gamma \cdot u_{it} + \delta \cdot v_{C_{it}} + \epsilon \cdot v_{A_{it}} + \lambda \cdot l_{it} \quad [7]$$

### 5.2.2. Contribución del turismo a la explicación de las diferencias de productividad entre provincias

A partir de las elasticidades de [7] puede analizarse el origen de las diferencias de VAB por ocupado entre las provincias. Y por tanto puede valorarse en qué cuantía el turismo, de origen nacional o extranjero, explica las diferencias provinciales en VAB por ocupado. Siguiendo la metodología empleada en Pablo-Romero y Gómez-Calero (2008), puede hallarse la diferencia de la productividad provincial respecto al promedio nacional para cada año y provincia ( $y^{\circ}_{it}$ ) y la división de esa diferencia en diversos componentes asociados a cada factor productivo ( $h^{\circ}_{it}$ ,  $k^{\circ}_{it}$ ,  $g^{\circ}_{it}$ ,  $ve^{\circ}_{it}$  y  $vx^{\circ}_{it}$ ) del siguiente modo:

$$\begin{aligned}
 y_{it}^o &= \left( \sum \right), & h_{it}^o &= \left( \sum \right), & k_{it}^o &= \left( \sum \right), \\
 g_{it}^o &= \left( \sum \right), & ve_{it}^o &= \left( \sum \right), & vx_{it}^o &= \left( \sum \right)
 \end{aligned}$$

A partir de la diferencia entre  $y_{it}^o$  y la suma de los demás valores calculados se obtiene un término residuo que recoge entre otros las diferencias por efectos fijos entre provincias.

Los resultados anteriores permiten hallar la participación porcentual de cada componente ( $f_i$ ) en la diferencia de productividad provincial. El valor de dicha proporción se calcula, siguiendo a Pablo-Romero y Gómez-Calero (2008) y con el fin de reducir el peso de las observaciones atípicas, mediante la estimación de la siguiente regresión para cada uno de los componentes:

$$|F_{it}^o| = f_i x Q_{it} + t_{it} \quad [8]$$

Donde  $F$  representa al capital humano, privado, público, turistas nacionales, extranjeros y el residuo,  $f$  la participación porcentual de cada uno de esos componentes y  $Q_{it}$  es igual a la suma de los valores absolutos de todos los componentes ( $Q_{it} = |h_{it}^o| + |k_{it}^o| + |g_{it}^o| + |ve_{it}^o| + |vx_{it}^o| + |r_{it}^o|$ , siendo  $r$  el residuo obtenido).

### 5.2.3. Contribución del turismo al crecimiento de la productividad provincial

A partir de las elasticidades de [7] puede hallarse también la contribución de cada factor productivo al crecimiento provincial en el periodo considerado, simplemente multiplicando las elasticidades de la productividad respecto a cada factor por el valor de las primeras diferencias de cada uno de ellos ( $\alpha h_{it}$ ,  $\beta k_{it}$ ,  $\chi g_{it}$ ,  $\omega_1 v e_{it}$ ,  $\omega_2 v x_{it}$ ). A partir de la suma de estas contribuciones, se halla la PTF a modo de residuo de Solow.

Es posible expresar esas contribuciones en términos porcentuales. Para evitar el excesivo peso de observaciones atípicas, las contribuciones porcentuales se calculan mediante la estimación de una regresión para cada factor productivo y para la PTF, del siguiente modo:

$$ch_{it} = \Delta \dots + \dots$$

$$ck_{it} = \Delta \dots + \dots$$

$$cg_{it} = \Delta \dots + \dots$$

$$cve_{it} = \Delta \dots + \dots$$

$$cvx_{it} = \Delta \dots + \dots$$

$$ptf_{it} = \Delta \dots + \dots \quad [9]$$

Donde :

$$\Delta \ln y_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8 + \alpha_9 + \alpha_{10}$$

Siendo :  $ch_{it} = \dots$ ,  $ck_{it} = \dots$ ,  $cg_{it} = \dots$ ,  $cve_{it} = \dots$ ,  $cvx_{it} = \dots$  y  $ptf_{it} = \dots$

#### 5.2.4. Análisis dinámico

El análisis precedente puede ser completado incluyendo una especificación dinámica de la función de producción, que permita capturar de qué modo la propia variable dependiente es capaz de explicar su propia evolución (Levine et al. 2000).

Para incorporar el carácter dinámico al modelo, la función de producción puede ser escrita del siguiente modo:

$$y_{it} - \rho y_{it-1} = \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8 + \alpha_9 + \alpha_{10} + \alpha_{11} y_{it-1} \quad [10]$$

Donde las variables en minúsculas y sin cursiva indican que son logaritmos por ocupado y  $a_i$  refleja el efecto específico fijo de cada provincia.

De forma equivalente, la expresión anterior puede expresarse del siguiente modo:

$$y_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8 + \alpha_9 + \alpha_{10} + \alpha_{11} y_{it-1} \quad [11]$$

En términos de primeras diferencias, la cual elimina el efecto fijo y el componente invariable del tiempo, la expresión anterior queda especificada como:



### 5.3. DATOS

#### 5.3.1. Datos sobre el turismo

En los estudios de datos de panel que analizan su relación con el crecimiento económico, se han venido utilizando diversos indicadores para medir el turismo. En términos generales, el turismo se mide o bien por el número de visitantes extranjeros que vienen al país (Adamou y Clerides, 2010; Dritsakis, 2011; Eugenio-Martín et al. 2004) o bien por el número de ingresos o divisas que se obtienen por el turismo (Fayissa et al. 2008, 2009; Narayan et al. 2010). Valorando estas variables en valores totales o en valores relativos. Incluso a veces, los estudios contienen varias estimaciones, cada una de ellas utilizando indicadores diferentes (Lee et al. 2008; Seetenah , 2011; Sequeira et al. 2008). Se pueden observar ligeras diferencias en las elasticidades estimadas en función del indicador utilizado.

Cuando el ámbito de análisis es inferior como es el caso del análisis regional, los indicadores utilizados están asociados a la disponibilidad de datos. Así en el estudio realizado por Cortés-Jiménez (2010) para las regiones españolas e italianas, el indicador utilizado es el número de viajeros según su ocupación hotelera. Mientras que en el estudio realizado por Proenca y Soukiazis (2008) referido a las regiones portuguesas se utilizan las pernoctaciones hoteleras.

En el caso de España, a nivel provincial, la única fuente de datos disponible que permite valorar esta variable son las series de la Encuesta de Ocupación Hotelera ofrecidas por el Instituto de Estudios Turísticos a nivel provincial para los años 1999 a

2010<sup>5</sup> (IET, 2012b). Los datos se ofrecen tanto por número de viajeros hospedados en los hoteles como por número de pernoctaciones.

En términos de ocupación hotelera, los datos muestran un incremento acumulado importante a lo largo del periodo de análisis (1999-2008) de un 22%, con 82,88 millones de viajeros en 2008, y el máximo nivel de ocupación alcanzado en 2007. En términos de pernoctaciones, los datos muestran un incremento acumulado del 10%, en el mismo periodo, con el máximo nivel alcanzado también en 2007.

El crecimiento del turismo, no obstante, no se ha producido por igual en todas las provincias. Observándose importantes diferencias, a nivel provincial, tanto en número de viajeros visitantes como en pernoctaciones. Circunscribiéndonos al periodo de análisis de este trabajo, 1999-2008, Madrid ocupa el liderazgo nacional en número de viajeros totales con un 11% del total medio nacional del periodo. Seguido de Baleares (10%), Barcelona (10%) y Málaga (6%). Observándose de forma general que el turismo se concentra fundamentalmente en las provincias costeras del este, sureste y del sur del país más los archipiélagos insulares, mientras que las provincias del interior nacional, a excepción de Madrid, tiene tasas muy bajas.

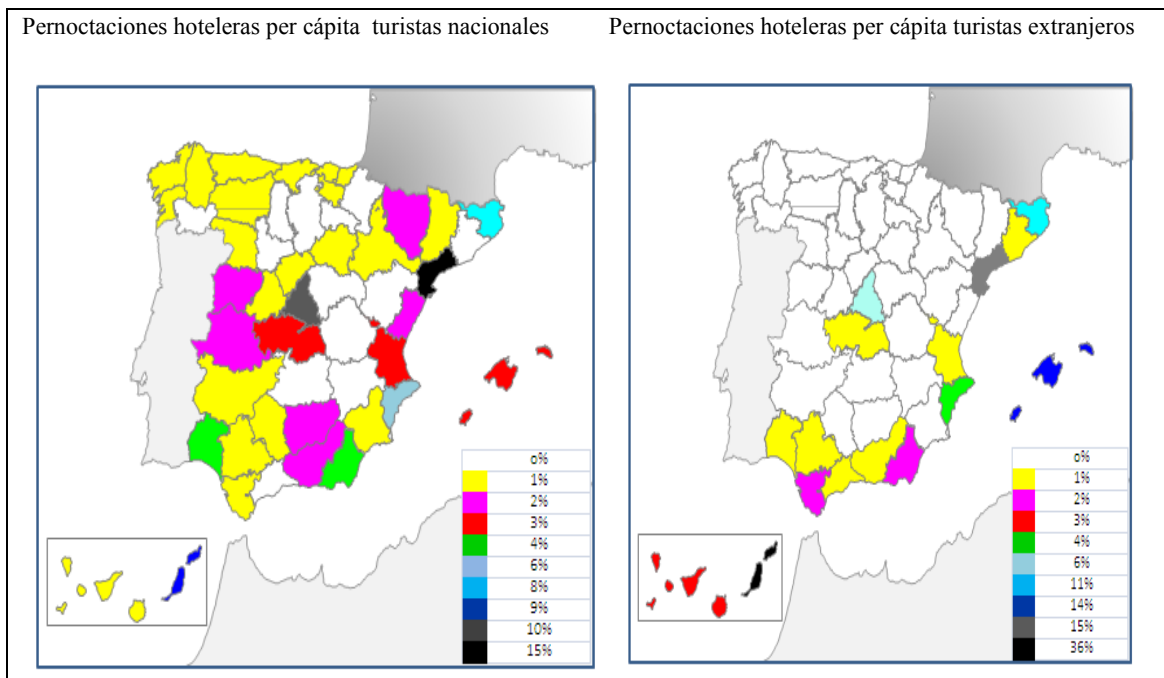
Estas diferencias se mantienen cuando los valores se expresan en términos per cápita. En términos de pernoctaciones per cápita, la Figura 5.1 muestra una amplia diferencia entre provincias que reciben turistas de España, e incluso mayores diferencias entre provincias que reciben turistas extranjeros. En ambos casos, sobresale la

---

<sup>5</sup> Si bien a consecuencia de los cambios metodológico de 2006, a esas series les han sido aplicados los coeficientes de enlace del año 2005, para así poder comparar los datos publicados hasta esa fecha con los publicados con posterioridad a la misma

concentración de turistas en términos per cápita en las provincias de las costas mediterráneas, las islas y Madrid.

**Figura 5.1. Peso relativo provincial de pernoctaciones hoteleras per cápita: viajeros nacionales y extranjeros (media del periodo de análisis)**



Fuente: Elaboración propia. Base de datos: IET (2012).

La clara diferencia de turismo entre las provincias españolas, incluso entre las provincias de una misma CCAA, justifica el análisis del efecto del turismo sobre el crecimiento económico a nivel provincial. Asimismo, dada las distintas características del turismo según el origen de los turistas, es conveniente realizar también una diferenciación de ese efecto en función de esta circunstancia, con el fin de poder valorar adecuadamente en qué modo el turismo contribuye a explicar las diferencias de renta provinciales.



### 5.3.2. Otros datos

Los datos sobre el VAB proceden de las series ofrecidas a nivel provincial por Alcaide y Alcaide (2000, 2001, 2006, 2009) y por Alcaide (2010), expresadas en millones de euros constantes del año 2000. Para valorar el capital humano se han utilizado los datos de las series del valor económico del capital humano de Serrano y Soler (2010) de los ocupados expresadas a nivel provincial.

En relación al capital privado y público los datos proceden de las nuevas estimaciones del stock y de los servicios del capital para la economía española realizadas por Mas, Pérez y Uriel (2011). Tanto para el capital privado como para el público se han utilizado los datos provinciales del stock de capital productivo real expresados en miles de euros constantes de 2000, que han sido convertidos en millones de euros de ese mismo año. Los datos de capital público se han tomado por su valoración total considerando las funciones de gasto en infraestructuras varias, infraestructuras hidráulicas, infraestructuras ferroviarias, infraestructuras aeroportuarias, infraestructuras portuarias, infraestructuras urbanas de Corporaciones Locales. En el caso del capital privado, se han considerado las funciones de gasto de equipo de transporte, maquinaria, material de equipo y otros productos, y otros productos, más la rúbrica Otras construcciones n. c. o. p<sup>6</sup>. que incluye inversiones de carácter privado.

Los datos sobre el empleo proceden de las series de capital humano de Serrano y Soler (2010) para la población ocupada a nivel provincial. Los datos que se han utilizado para el cálculo de las dos variables control proceden de la serie de la

---

<sup>6</sup> No Consideradas en Otras Partes

CAPÍTULO V: CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA PRODUCCIÓN DE LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS DESDE 1999 A 2008

contabilidad regional ofrecida por el INE (2012), para el PIB a precios de mercado y sus componentes con base 2000, para los años 1995 a 2010.

## 5.4. RESULTADOS

### 5.4.1. Función de producción: Estimación

En la Tabla 5.1 se muestran los resultados de las estimaciones realizadas para valorar el efecto del turismo sobre la productividad provincial cuando se utiliza como indicador de turismo las pernoctaciones. En la Columna 2 de la Tabla se muestran los resultados de estimar [5] para las 50 provincias españolas con efectos fijos<sup>7</sup>, por el método generalizado de los momentos, utilizando las variables instrumentales capital público en niveles retardada en uno y dos periodos, en presencia de heterocedasticidad y autocorrelación. Se utiliza como indicador del turismo el número de pernoctaciones de extranjeros, ya que generalmente, los estudios previos de datos de panel que analizan el efecto del turismo sobre el crecimiento nacional no consideran el efecto del turismo nacional.

---

<sup>7</sup> La especificación con efectos fijos resulta preferible al modelo de efectos aleatorios en base a un test de Hausman

**Tabla 5.1. Función de producción Provincial y Regional con el Turismo (1999-2008) (Indicador del turismo: pernoctaciones hoteleras)**

	<b>GMM IV Provincial [5]</b>	<b>GMM IV Provincial [5]</b>	<b>GMM IV Provincial [7]</b>	<b>GLS Regional [5]</b>
Capital Humano	0,39 *** (6,39)	0,34 *** (5,91)	0,39 *** (6,38)	0,37*** 8,77
Capital Privado	0,45 *** (9,44)	0,44 *** (9,21)	0,46 *** (9,23)	0,40*** (6,60)
Capital Público	0,18 *** (4,02)	0,26 *** (5,59)	0,16 *** (3,53)	0,22*** (10,19)
Total Pernoctaciones		0,11 *** (4,44)		
Pernoctaciones Nacionales			- 0,038 (- 1,27)	
Pernoctaciones Extranjeros	0,10 *** (6,65)		0,11 *** (6,67)	0,07*** (6,12)
<i>Spillover</i>	- 0,05 (- 0,66)	- 0,003 (- 0,45)	- 0,005 (- 0,74)	-0,003 (-1,29)
Prueba Subidentificación	32,467 ***	36,324 ***	54,091 ***	-
Prueba Identificación débil	54,326 ***	60,443 ***	25,907 ***	-
Prueba Sobreidentificación	9,822	14,704	10,203	-
Prueba Endogeneidad	16,5829 **	7,950 **	17,074 **	-
Nº Observaciones	400	400	400	170

Fuente: Elaboración propia.

En la Columna 3 de la Tabla 5.1 se muestran los resultados de estimar [5] por el

mismo procedimiento anterior, utilizando como indicador de turismo el número de viajeros totales en relación a los ocupados. En la cuarta columna de la Tabla 5.1 se muestran los resultados de estimar [7], en el que se incluyen como variables explicativas del turismo tanto el número de viajeros nacionales como extranjeros.

En las tres estimaciones mostradas en la Tabla 5.1, los coeficientes del resto de variables explicativas de crecimiento económico apenas varían. La elasticidad para el capital humano oscila entre 0,34 y 0,39, del capital privado entre 0,44 y 0,46 y del capital público entre 0,16 y 0,26. Todos estos coeficientes resultan significativos. Y sus valores rondan los valores obtenidos en estimaciones anteriores para el caso de España (Boscá et al. 2010; Gómez-Antonio y Fingleton, 2012; Mamuneas et al. 2006). Por otro lado, en ninguna de las estimaciones resultan significativos los coeficientes estimados del efecto *spillover*, lo que está en consonancia con los resultados de Álvarez et al. (2006), quienes no encuentran evidencia de efectos *spillover* de la infraestructura pública en las 47 provincias peninsulares españolas.

En el caso del indicador del turismo, cabe resaltar que en todas las estimaciones mostradas resulta significativo y positivo. En el caso que se tome como indicador el conjunto de pernoctaciones de visitantes extranjeros, el coeficiente es igual a 0,10. Si se toma el total de pernoctaciones, su valor es de 0,11. Y si se valoran las pernoctaciones de extranjeros y nacionales, el coeficiente es positivo y significativo para pernoctaciones de extranjeros (0,11) y es no significativo para pernoctaciones de españoles. La falta de significatividad de esta variable puede ser debida a las relaciones de multicolinealidad entre las dos variables.

**Tabla 5.2. Función de producción provincial con el Turismo (1999-2008)**  
**(Indicador del Turismo: viajeros hospedados en hoteles)**

	GMM IV [5]	GMM IV [5]	GMM IV [7]
Capital Humano	0,39 *** (6,49)	0,38 *** (6,25)	0,39 *** (6,52)
Capital Privado	0,44 *** (9,40)	0,44 *** (8,90)	0,46 *** (9,56)
Capital Público	0,20 *** (4,82)	0,23 *** (4,82)	0,19 *** (4,47)
Total Turistas		0,088 *** (3,94)	
Turistas Nacionales			- 0,043 (- 1,62)
Turistas Extranjeros	0,079 *** (5,53)		0,095 *** (5,36)
<i>Spillover</i>	- 0,002 (- 0,37)	0,0006 (0,10)	- 0,0023 (0,36)
Prueba Subidentificación	32,613 ***	34,396 ***	49,291 ***
Prueba Identificación débil	57,141 ***	59,994 ***	33,178 ***
Prueba Sobreidentificación	6,781	7,082	10,023
Prueba Endogeneidad	10,369 **	6,069 **	10,525 **
Nº Observaciones	400	400	400

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 5.2 muestra las mismas estimaciones que antes, pero ahora utilizando como indicador del capital turístico el número de viajeros hospedados en hoteles. Los resultados de estas estimaciones son similares a los anteriores, aunque ahora los

coeficientes que muestran el efecto del turismo sobre el crecimiento económico son algo inferiores. Puede hacerse notar que en los estudios de metaanálisis realizados previamente muestran que cuando se usa el número de viajeros como indicador del turismo, en lugar de variables relacionadas con la renta (como son las pernoctaciones) las elasticidades estimadas son inferiores, lo que está en consonancia con los resultados obtenidos por Castro-Nuño et al. (2012).

Finalmente, también ha sido estimada [5] para las 17 Comunidades Autónomas españolas, por el método de mínimos cuadrados generalizados en presencia de heterocedasticidad y autocorrelación. Las pernoctaciones de extranjeros han sido utilizadas como indicador de capital turístico, con el fin de utilizar un indicador similar al utilizado para las provincias. La Columna 5 de la Tabla 5.1 muestra los resultados.

Los coeficientes de esta nueva estimación son similares a los mostrados previamente, aunque ahora el coeficiente que muestra el efecto del turismo sobre el crecimiento económico es algo inferior.

El valor positivo de los coeficientes estimados para las variables relacionadas con el turismo muestra que las ganancias en eficiencia y productividad debidas al turismo han contribuido positivamente a la producción provincial y regional de España.

#### **5.4.2. Contribución del turismo a la explicación de las diferencias de productividad de las provincias respecto al promedio nacional**

Los valores de la parte superior de cada celda en la Tabla 5.3 muestra la media temporal de la diferencia de productividad provincial respecto al valor promedio

nacional  $\overline{y_{it}^o}$  para cada provincia (en la segunda columna) y la diferencia de los diversos componentes asociados con la productividad del factor ( $\overline{h_{it}^o}$ ,  $\overline{k_{it}^o}$ ,  $\overline{g_{it}^o}$ ,  $\overline{to_{it}^o}$ ), los efectos fijos ( $e^o_i$ ) y el término residual  $\overline{r_{it}^o}$  (en el resto de las columnas, respectivamente). Los valores positivos de las celdas de la segunda columna muestran que la productividad provincial media de la provincia  $i$  es mayor que la media nacional, mientras que valores negativos muestran que la productividad es menor. Vizcaya y Madrid tienen los valores mayores. Los valores positivos de las celdas de la tercera columna muestran que el capital humano de la provincia  $i$  es mayor que la media nacional, y por ello la contribución a la productividad provincial excede la media nacional. La misma interpretación puede hacerse para los valores de las demás columnas. De esta manera, la suma de las columnas 3 a 8 es igual al valor de la columna 2. La sexta columna muestra las diferencias asociadas al capital turístico. Las Baleares, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife tienen los mayores valores.

Todos los valores positivos en esta columna muestran que estas provincias tienen mayor capital turístico que la media nacional, y por tanto contribuyen a aumentar la diferencia de productividad con respecto a la media nacional. No obstante, algunas veces una contribución positiva del capital turístico no es suficiente para compensar la menor contribución de otro factor, y por ello la productividad se mantiene por debajo de la media nacional. Este es el caso de Sevilla, Granada y Alicante, entre otras.

El porcentaje de participación de cada componente ( $f_i$ ) en la diferencia de productividad provincial se obtiene de los valores anteriores. Los valores que muestran esta proporción se calculan, para reducir el peso de observaciones atípicas, mediante la estimación de [8].



Los valores que se muestran en la parte inferior de cada celda en la Tabla 5.3 muestran los valores estimados de los coeficientes  $f$  de la función [8] calculados a partir de los resultados de la Columna 2 de la Tabla 5.1. Cada coeficiente  $f$  muestra el porcentaje de participación de cada componente productivo en la diferencia de productividad de cada provincia respecto al valor medio nacional, independientemente de que la productividad de la provincia sea superior o inferior a la nacional.

En primer lugar debe resaltarse la variabilidad de los valores de la tabla entre provincias, lo que refleja las diferentes características productivas de cada una. En algunas provincias, hay algún componente que es claramente explicativo de la diferencia respecto a la media nacional, porque la dotación del factor es demasiado pequeña o demasiado grande. Se observa que el alto porcentaje de capital turístico es la causa de las diferencias de productividad en el caso de Girona (48,61%), las islas Baleares (46,8%), Las Palmas (38,05%), Tenerife (30,49%) y Málaga (30,02%). También puede reseñarse el caso de Orense, pero en un sentido negativo, con una explicación del 58,04%. Esto es, la menor dotación de capital turístico (medida por pernoctaciones de extranjeros) en relación a la media de capital turístico nacional explica por qué la media de productividad de Orense es inferior a la media nacional en un 58%. Puede también resaltarse en un sentido negativo: Albacete (35,13%), Badajoz (34,39%), Asturias (31,30%), Ciudad Real (44,56%) y Zamora (31,29%).

La última fila de la Tabla 3 muestra el valor de los coeficientes  $f$  para el conjunto de la muestra de datos. Los datos indican que la diferencia de dotación de capital humano entre provincias explica el 13,18% de las diferencias de productividad que se observan entre ellas. La diferente dotación de capital explica el 25,45%, las de capital

CAPÍTULO V: CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA PRODUCCIÓN DE LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS DESDE 1999 A 2008

público el 10,08%, la diferencia de capital turístico medido en términos de pernoctaciones de visitantes extranjeros explica el 18,13%, las diferencias entre los efectos fijos el 24,87% y finalmente, otros factores no incluidos en el análisis el 8,30%. De este modo, las ganancias en eficiencia y productividad debidas al turismo pueden ser consideradas un claro factor explicativo de las diferencias de renta entre las provincias.

**Tabla 5.3. Participación porcentual de cada componente explicativo en la diferencia de la productividad provincial respecto a la media nacional**

	<i>VAB</i>	<i>Capital Humano</i>	<i>Capital Privado</i>	<i>Capital Público</i>	<i>Capital Turístico (eficiencia en el uso factores)</i>	<i>Efectos Fijos</i>	<i>Otros (término residual)</i>
<b>Media Temporal (%)</b>	$\bar{y}_{it}^o$ (100)	$\bar{h}_{it}^o$ (prh <sub>i</sub> )	$\bar{k}_{it}^o$ (prk <sub>i</sub> )	$\bar{g}_{it}^o$ (prg <sub>i</sub> )	$\bar{t}o_{it}^o$ (prto <sub>i</sub> )	$e_i^o$ (pre <sub>i</sub> )	$\bar{r}_{it}^o$ (prr <sub>i</sub> )
Álava (%)	0,2951 (100)	0,051216 (14,21)	0,206845 (41,38)	-0,00594 (1,32)	-0,06312 (8,64)	-0,053 (11,58)	0,159142 (22,87)
Albacete (%)	-0,2287 (100)	-0,007927 (7,40)	-0,157758 (34,26)	0,006652 (2,15)	-0,184592 (35,13)	0,074817 (16,00)	0,04096 (5,06)
Alicante (%)	-0,1033 (100)	0,0153606 (8,68)	-0,164888 (33,96)	-0,079041 (16,00)	0,181356 (14,05)	0,064736 (13,91)	-0,120845 (13,45)
Almería (%)	-0,1084 (100)	-0,0517114 (10,93)	-0,268997 (35,90)	-0,040035 (5,32)	0,131849 (3,20)	0,298616 (40,45)	-0,178098 (4,19)
Asturias (%)	0,114 (100)	0,0270635 (12,92)	0,088119 (27,65)	0,050318 (15,61)	-0,106839 (31,30)	0,003707 (2,16)	0,051624 (10,37)
Ávila (%)	-0,1538 (100)	-0,0330603 (15,06)	0,001207 (20,68)	0,036068 (12,42)	-0,073403 (11,24)	-0,110682 (38,47)	0,026048 (2,13)
Badajoz (%)	-0,3069 (100)	-0,055996 (20,89)	-0,019868 (10,29)	-0,00248 (3,16)	-0,149431 (34,39)	-0,074823 (23,29)	-0,004319 (7,98)
Baleares (%)	0,1285 (100)	0,0566405 (13,60)	-0,061612 (9,39)	-0,075728 (11,48)	0,416761 (46,18)	0,021744 (4,27)	-0,229345 (15,09)
Barcelona (%)	0,257 (100)	0,0565764 (17,83)	0,096329 (22,79)	-0,080624 (18,83)	0,122894 (24,28)	0,060447 (15,12)	0,001376 (1,15)
Burgos (%)	0,1172 (100)	0,0283596 (10,62)	0,099811 (22,83)	0,022347 (5,15)	-0,000461 (11,59)	-0,160074 (37,46)	0,12717 (12,32)
Cáceres (%)	-0,1409 (100)	-0,0223236 (8,26)	0,162177 (30,92)	0,029665 (5,65)	-0,103255 (12,68)	-0,169089 (33,13)	-0,038099 (9,35)
Cádiz (%)	-0,0322 (100)	0,00897 (9,63)	-0,086053 (30,45)	-0,029406 (10,44)	0,101796 (20,45)	0,047311 (17,56)	-0,074769 (11,45)
Cantabria (%)	0,1239 (100)	0,0310145 (22,73)	0,072174 (41,48)	0,018887 (10,45)	-0,020972 (7,59)	-0,009454 (6,32)	0,032295 (11,43)
Castellón (%)	0,0717 (100)	0,0036579 (12,82)	0,011765 (19,71)	0,00213 (4,58)	0,026689 (2,78)	-0,03882 (19,93)	0,066245 (40,17)
C. Real (%)	-0,0225 (100)	-0,013049 (10,10)	0,03141 (11,92)	0,012613 (4,49)	-0,166278 (44,56)	0,063306 (22,35)	0,049526 (16,57)
Córdoba (%)	-0,1558 (100)	-0,030356 (15,89)	-0,149963 (55,60)	-0,001021 (2,03)	-0,026563 (8,23)	0,030746 (11,02)	0,021344 (16,22)

CAPÍTULO V: CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA PRODUCCIÓN DE LAS PROVINCIAS Y  
REGIONES ESPAÑOLAS DESDE 1999 A 2008

Coruña (%)	-0,0725 (100)	-0,017414 (12,12)	-0,03857 (18,61)	-0,063446 (21,09)	-0,035932 (7,90)	0,083392 (26,75)	-0,000499 (13,53)
Cuenca (%)	-0,1809 (100)	-0,082314 (25,06)	-0,110294 (28,69)	0,079111 (19,09)	-0,107945 (17,63)	0,024019 (6,95)	0,016567 (2,57)
Girona (%)	0,223 (100)	0,017804 (9,92)	0,081075 (18,82)	-0,050116 (11,20)	0,282769 (48,61)	0,010537 (3,38)	-0,119096 (8,06)
Granada (%)	-0,1783 (100)	-0,0147448 (7,37)	-0,208437 (46,43)	-0,016759 (3,90)	0,104651 (27,27)	0,01201 (3,65)	-0,05499 (11,38)
Guadalajara (%)	-0,0072 (100)	0,0426728 (11,24)	0,092943 (15,11)	0,101694 (15,94)	-0,083091 (6,46)	-0,279329 (43,13)	0,117911 (7,93)
Guipúzcoa (%)	0,2529 (100)	0,0627212 (21,38)	0,121409 (34,04)	-0,010324 (2,87)	-0,01037 (3,15)	-0,041702 (12,62)	0,131143 (25,94)
Huelva (%)	-0,1064 (100)	-0,073857 (27,62)	-0,088137 (30,72)	0,004739 (2,60)	0,068686 (8,35)	0,07048 (22,54)	-0,088315 (8,17)
Huesca (%)	-0,0195 (100)	-0,0089896 (2,32)	0,109856 (17,27)	0,15836 (23,79)	0,024488 (5,08)	-0,325426 (48,68)	0,022172 (2,86)
Jaén (%)	-0,2531 (100)	-0,0640082 (11,26)	-0,219146 (37,39)	-0,037064 (6,38)	-0,14369 (15,55)	0,16328 (25,82)	0,047516 (3,60)
León (%)	0,1298 (100)	0,006425 (8,36)	0,079926 (30,39)	0,084103 (31,31)	-0,093851 (15,09)	0,02091 (8,55)	0,032284 (6,30)
Lleida (%)	0,0016 (100)	-0,016453 (11,17)	0,042545 (19,73)	0,060723 (26,44)	-0,023016 (6,41)	-0,070673 (31,42)	0,008492 (4,83)
Lugo (%)	-0,5425 (100)	-0,152914 (25,22)	-0,171302 (31,92)	-0,027959 (7,73)	-0,129501 (13,54)	-0,119864 (17,49)	0,059056 (4,10)
Madrid (%)	0,4264 (100)	0,1018638 (20,38)	0,117599 (18,90)	-0,053122 (8,41)	0,045221 (8,28)	0,24545 (40,15)	-0,030586 (3,88)
Málaga (%)	0,0595 (100)	0,0194124 (9,33)	-0,133399 (23,42)	-0,008822 (1,95)	0,232024 (30,02)	0,117269 (21,31)	-0,16703 (13,97)
Murcia (%)	-0,1103 (100)	-0,010417 (6,92)	-0,127886 (25,03)	-0,072294 (13,57)	-0,06744 (16,05)	0,176622 (33,94)	-0,008875 (4,45)
Navarra (%)	0,2633 (100)	0,03786 (15,17)	0,084009 (26,08)	-0,008353 (2,37)	-0,05548 (8,34)	0,086643 (26,20)	0,118606 (21,85)
Ourense (%)	-0,2489 (100)	-0,034593 (15,10)	-0,025238 (15,81)	-0,009981 (5,89)	-0,189359 (58,04)	-0,007919 (3,41)	0,018179 (1,75)
Palencia (%)	0,072 (100)	-0,0057213 (7,68)	0,103844 (30,59)	0,051803 (15,09)	-0,074835 (8,36)	-0,10012 (28,68)	0,096818 (9,59)
Las Palmas (%)	0,0412 (100)	0,020588 (9,33)	0,061384 (11,08)	-0,032249 (5,73)	0,337477 (38,05)	-0,095565 (18,07)	-0,250387 (17,75)
Pontevedra (%)	-0,2501 (100)	-0,035968 (14,72)	-0,085755 (25,68)	-0,068236 (18,88)	-0,057858 (14,28)	-0,054853 (14,69)	0,052591 (11,75)
Rioja (%)	0,1559 (100)	0,014942 (14,67)	0,038132 (22,26)	0,013151 (6,50)	-0,057926 (9,26)	0,034105 (16,40)	0,113459 (30,91)
Salamanca (%)	0,0316 (100)	0,025306 (18,48)	0,030337 (20,32)	-0,000376 (6,53)	0,007483 (23,22)	-0,006571 (4,57)	-0,024596 (26,89)
Segovia (%)	-0,0562 (100)	-0,000047 (7,29)	-0,00674 (15,10)	0,067345 (25,19)	-0,021671 (6,95)	-0,108279 (39,01)	0,013172 6,46
Sevilla (%)	-0,0725 (100)	0,0106208 (6,64)	-0,13917 (33,21)	-0,062764 (14,76)	0,038322 (13,61)	0,098815 (24,27)	-0,0183 (7,51)
Soria (%)	-0,0563 (100)	-0,031719 (11,59)	0,026468 (14,29)	0,086803 (21,02)	-0,105037 (18,03)	-0,111883 (27,62)	0,079105 (7,44)
S.Cruz T, (%)	0,0337 (100)	0,024038 (8,93)	0,10197 (17,65)	-0,047482 (8,15)	0,312575 (30,49)	-0,102452 (18,62)	-0,254952 (16,15)
Tarragona (%)	0,2026 (100)	0,0166336 (10,42)	0,174892 (36,37)	0,018569 (4,03)	0,219821 (23,15)	-0,110854 (23,79)	-0,116436 (2,24)
Teruel (%)	0,0319 (100)	-0,03382 (10,11)	0,178101 (33,65)	0,080205 (15,06)	-0,089482 (13,37)	-0,125871 (24,31)	0,022795 (3,50)
Toledo (%)	-0,0972 (100)	0,002595 (12,59)	-0,024164 (14,74)	-0,011239 (5,73)	-0,044985 (6,45)	-0,106601 (40,39)	0,087139 (20,11)
Valencia (%)	0,0543 (100)	0,034348 (12,95)	-0,085461 (23,13)	-0,038714 (9,63)	-0,041811 (7,79)	0,136839 (35,03)	0,04908 (11,46)
Valladolid	0,1394	0,0450607	0,053359	-0,059736	-0,099485	0,144744	0,055468

CAPÍTULO V: CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA PRODUCCIÓN DE LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS DESDE 1999 A 2008

(%)	(100)	(14,83)	(12,43)	(13,92)	(18,83)	(34,73)	(5,27)
Vizcaya	0,4396	0,0812636	0,161601	0,002746	-0,064781	0,193504	0,065251
(%)	(100)	(20,28)	(31,49)	(0,94)	(6,40)	(38,85)	(2,04)
Zamora	-0,0847	-0,136328	0,010018	0,06077	-0,136328	0,028001	0,00678
(%)	(100)	(20,20)	(17,30)	(17,95)	(31,29)	(9,29)	(3,96)
Zaragoza	0,2212	0,0511597	0,051175	0,013535	-0,074864	0,071996	0,108229
(%)	(100)	(19,78)	(15,76)	(5,91)	(14,73)	(22,22)	(21,60)
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>13,18</b>	<b>25,45</b>	<b>10,08</b>	<b>18,13</b>	<b>24,87</b>	<b>8,30</b>

Fuente: Elaboración propia.

Utilizando las elasticidades estimadas que se muestran en la Columna 5 de la Tabla 5.1, se pueden también analizar las diferencias de VAB por ocupado entre regiones. La Tabla 5.4 muestra los resultados. En su última fila se observa que las diferentes dotaciones de capital humano entre regiones explican el 9,65% de las diferencias de productividad entre ellas. La diferente dotación de capital privado explica el 20,70%, el del capital público el 11,84%, las diferencias de capital turístico el 19,56%, las diferencias entre efectos fijos el 28,81% y otros factores no considerados en el análisis el 10% restante.

La contribución del capital turístico a las diferencias de productividad respecto a la media nacional es mayor en las Islas Canarias y Baleares, de acuerdo con los resultados previos. Sin embargo, la contribución positiva del capital turístico en Canarias no es suficiente para compensar la escasa contribución de otros factores debido a su escasa dotación, de tal manera que la productividad permanece por debajo de la media nacional. La positiva contribución del turismo también se aprecia en Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Madrid. En el resto de las regiones, la escasa dotación de capital turístico contribuye negativamente, destacando la región de Asturias.

**Tabla 5.4. Participación porcentual de cada componente explicativo en la diferencia de la productividad regional respecto a la media nacional**

	VAB	Capital Humano	Capital Privado	Capital Público	Capital Turístico (eficiencia en el uso factores)	Efectos Fijos	Otros (término residual)
Media Temporal (%)	$\bar{y}_{it}^o$ (100)	$\bar{h}_{it}^o$ (prh <sub>i</sub> )	$\bar{k}_{it}^o$ (prk <sub>i</sub> )	$\bar{g}_{it}^o$ (prg <sub>i</sub> )	$\bar{t}o_{it}^o$ (prto <sub>i</sub> )	$e_i^o$ (pre <sub>i</sub> )	$\bar{r}_{it}^o$ (prri <sub>i</sub> )
Andalucía (%)	-0,1546 (100)	-0,0307225 (8,88)	-0,149148 (43,63)	-0,0180302 (5,15)	0,0584941 (16,43)	-0,047493 (13,25)	0,0322095 (12,63)
Aragón (%)	0,0905 (100)	0,0124227 (5,64)	0,0519577 (18,39)	0,0923867 (31,11)	-0,0456584 (15,31)	-0,048483 (16,23)	0,0279383 (13,24)
Asturias (%)	0,0439 (100)	0,0078513 (4,16)	0,0606256 (18,65)	0,0827172 (25,35)	-0,0797035 (24,69)	-0,054125 (16,65)	0,026627 (10,47)
Baleares (%)	0,0584 (100)	0,0366499 (9,09)	-0,0695754 (12,98)	-0,0804014 (14,44)	0,2344568 (41,52)	-0,036205 (6,39)	-0,0264638 (15,55)
Canarias (%)	-0,0324 (100)	0,0031322 (3,85)	0,0546991 (10,28)	-0,0334009 (6,28)	0,1799993 (33,68)	-0,197944 (37,07)	0,051624 (8,81)
Cantabria (%)	0,0539 (100)	0,0116984 (8,55)	0,0467599 (25,94)	0,0420424 (23,01)	-0,0281834 (15,50)	-0,027323 (14,87)	-0,0389684 (12,13)
Cast.-León (%)	-0,0106 (100)	-0,0078233 (4,31)	0,031265 (15,21)	0,0594617 (24,51)	-0,0465217 (18,62)	-0,068809 (27,77)	0,0217952 (9,54)
Cast.-Manch. (%)	-0,1762 (100)	-0,0274947 (7,76)	-0,0428015 (12,25)	0,0512556 (13,11)	-0,0757485 (19,93)	-0,121622 (32,01)	0,0401893 (14,92)
Cataluña (%)	0,1632 (100)	0,0247816 (9,36)	0,0713011 (20,42)	-0,0492952 (13,61)	0,082093 (23,06)	0,075244 (21,17)	-0,0409045 (12,35)
C.Valencia (%)	-0,0657 (100)	0,0049386 (6,95)	-0,1007051 (38,25)	-0,04139 (15,15)	0,0449821 (16,20)	0,0175304 (6,23)	0,0088767 (17,22)
Extremadura (%)	-0,3128 (100)	-0,0605879 (12,67)	0,0323517 (7,00)	0,0305886 (6,59)	-0,0930426 (19,51)	-0,235927 (49,53)	0,0137918 (4,67)
Galicia (%)	-0,2894 (100)	-0,0633071 (19,51)	-0,0797905 (26,53)	-0,0498652 (16,36)	-0,0536462 (15,53)	-0,048420 (13,11)	0,005597 (8,93)
Madrid (%)	0,3564 (100)	0,0806832 (14,23)	0,0862601 (15,20)	-0,0511462 (8,84)	0,0115325 (1,99)	0,2770453 (48,42)	-0,0479495 (11,28)
Murcia (%)	-0,1802 (100)	-0,0286435 (7,01)	-0,1272049 (30,57)	-0,075956 (17,67)	-0,0560639 (12,97)	0,1001614 (23,13)	0,0074179 (8,62)
Navarra (%)	0,1932 (100)	0,0183635 (5,40)	0,0570516 (20,95)	0,0067904 (2,32)	-0,0488879 (13,89)	0,1687074 (48,19)	-0,0087392 (9,21)
P. Vasco (%)	0,2872 (100)	0,0501102 (11,85)	0,1194028 (27,72)	0,0137709 (3,29)	-0,0415627 (9,66)	0,1713313 (39,63)	-0,025829 (7,82)
Rioja (%)	0,0858 (100)	-0,0039529 (8,25)	0,0171578 (14,57)	0,0346183 (13,46)	-0,0503559 (19,70)	0,0763354 (29,64)	0,0120566 (14,35)
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>9,65</b>	<b>20,70</b>	<b>11,84</b>	<b>19,56</b>	<b>28,81</b>	<b>10,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 5.4.3. Contribución del turismo al crecimiento de la productividad provincial

La Tabla 5.5 muestra el valor porcentual de la contribución de cada factor productivo y de la Productividad Total de los Factores (PTF) al crecimiento del VAB por ocupado para todas las provincias españolas, que han sido calculados utilizando los coeficientes estimados que se muestran en la columna 2 de la Tabla 5.1.

**Tabla 5.5. Porcentajes de contribución de los factores productivos al crecimiento provincial y regional (1999-2008)**

	<b>Crecimiento Total</b>	<b>Capital Humano</b> a	<b>Capital Privado</b> b	<b>Capital Público</b> c	<b>Capital Turístico*</b> d	<b>Otros</b> e
Total Provincias (t)	100	21,70*** (39,42)	32,15*** (54,47)	11,51*** (44,13)	9,61*** (24,62)	25,04*** (29,41)
Total regiones (t)	100	12,63*** (17,47)	32,49*** (26,93)	15,26*** (33,59)	13,19*** (18,29)	26,41*** (19,57)
Nº de observaciones: 450 para las provincias/168 para las regiones						

\*eficiencia de los factores usados

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la fila 2 de la Tabla 5.5, el crecimiento de la productividad en el periodo de 1999 a 2008 es explicado en un 21,70% por el crecimiento de las dotaciones de capital humano, un 32,15% por el capital privado, un 11,51% por el capital público y un 25,04% por la PTF, mientras que los incrementos en capital turístico explican el 9,61% del crecimiento provincial. La tercera fila de la Tabla 5.5 muestra que el crecimiento de la productividad para el conjunto de Comunidades

Autónomas españolas, en el mismo periodo de tiempo, es explicado en un 12,63% por el crecimiento de capital humano, en un 32,49% por el capital privado, en un 15,26% por el capital público, en un 26,41% por la PTF y el 13,19% por el capital turístico.

Por otro lado, merece la pena destacar que el peso del capital turístico sobre el crecimiento del 9,6% (13,19% para las regiones) es un valor próximo a los valores estimados de contribución del turismo al VAB, que ha sido valorado en algo menos del 10%. (IET, 2012a).

#### **5.4.4. Estimación dinámica**

Los resultados de estimar [12] por el Método Generalizado de Momentos (GMM) propuesto por Arellano y Bond (2002) se muestran en la Tabla 5.6. La estimación se ha realizado tomando como indicador del capital turístico las pernoctaciones realizadas por extranjeros.

Los resultados de la Tabla 5.6 muestran que el coeficiente del capital turístico es positivo, lo que implica que el turismo influye positivamente sobre el crecimiento económico a corto plazo. No obstante, el valor del coeficiente estimado es sustancialmente más bajo que los coeficientes estimados previamente. Lo que viene a decir que para que el turismo tenga efecto pleno en la economía es necesario que transcurran varios periodos. Estos resultados están en sintonía con estudios previos tales como Durbarry (2004), Fayissa et al. (2008) y Seetanah (2011), entre otros.

**Tabla 5.6. Función de Producción Provincial Dinámica con turismo (1999-2008)**  
**(Indicador turístico: pernoctaciones de extranjeros)**

<b>Variables y Resultados</b>	<b>GMM IV Provincial [12]</b>
$Y_{t-1}$	0,05* (2,38)
Capital Humano	0,09** (2,94)
Capital Privado	0,50*** (7,93)
Capital Público	0,32*** (5,32)
Pernoctaciones de extranjeros	0,04*** (3,57)
Prueba Arellano Bond 1	3,32***
Prueba Arellano Bond 2	2,02
Prueba de Sargan	110,18***
Prueba de Hansen	10,85
Nº de Observaciones	400

Fuente: Elaboración propia.



## 5.5. CONCLUSIONES

Este capítulo trata de analizar el modo en que el turismo nacional y extranjero ha influido en el VAB de las provincias españolas y en su crecimiento económico en el periodo de 1999-2008. Y valora, además, hasta qué punto el turismo es responsable de las diferencias de productividad que se observan en las provincias.

Las estimaciones realizadas ponen de manifiesto que la elasticidad de la productividad provincial respecto al turismo es igual a 0,11 cuando se toma como indicador del turismo provincial el conjunto de pernoctaciones en hoteles realizadas, ya sea de turistas nacionales o extranjeros. Esa elasticidad es igual a 0,10 cuando se toma como indicador las pernoctaciones efectuadas por viajeros extranjeros exclusivamente. Y si conjuntamente se valoran los viajeros extranjeros y nacionales, las elasticidades son iguales a 0,11 para pernoctaciones realizadas por extranjeros y no resulta significativo el coeficiente estimado para los turistas nacionales.

La elasticidad estimada de la productividad provincial respecto al turismo, cuando se toma como indicador el número de viajeros, es muy similar a la estimada en el caso de tomar como indicador las pernoctaciones, aunque en este caso los valores son algo inferiores, lo que está en sintonía con los resultados obtenidos en estudios previos. Las estimaciones también muestran que la elasticidad de la productividad regional respecto al turismo es igual 0,07, cuando se utiliza como indicador las pernoctaciones de turistas extranjeros.

A partir de las elasticidades estimadas del capital turístico para el caso de

pernoctaciones de extranjeros, en este trabajo se ha calculado que la diferencia de capital turístico de cada provincia respecto al valor promedio nacional explica el 18,13% de las diferencias de productividad de las provincias respecto a la media nacional. Asimismo, se ha calculado que la diferencia de capital turístico de cada región respecto a la media nacional explica el 19,56% de las diferencias de productividad que se observan entre las regiones y la media nacional. De este modo, puede afirmarse que el turismo es un elemento clave para explicar las diferencias de rentas que existen entre los territorios españoles. Las provincias con un menor nivel turístico tienen menor renta.

Las diferencias de capital turístico entre las provincias determinan que en algunas de ellas su escasa dotación explique más del 30% de las diferencias observadas del VAB por ocupado. Ya que los visitantes extranjeros tienden a concentrarse en las provincias de la Costa Mediterránea y en las islas, la renta se concentrará en estos lugares, a menos que las otras provincias no compensen su falta de turismo con otras actividades económicas o promuevan de alguna forma actividades turísticas para atraer un mayor número de turistas. En este sentido, puede ser apropiado que las Comunidades Autónomas o el Gobierno de España desarrollen políticas encaminadas a fomentar actividades turísticas no tradicionales, tales como rutas de vinos, turismo rural, turismo interior, familiar...en áreas con un menor turismo internacional. Asimismo, es conveniente desarrollar políticas que permitan transferir las ganancias de productividad generadas por el turismo a otras zonas de España.

La contribución del turismo al crecimiento está valorada en 9,61% para las provincias y 13,19% para las Comunidades Autónomas. Por tanto, el desarrollo de políticas que promuevan el turismo es de gran interés, especialmente en la actual

situación de crisis económica. En este sentido, puede ser adecuado atraer nuevos turistas tales como nuevos planes de marketing y promocionar nuevas actividades o crear incentivos para generar un turismo de repetición, con el fin de mantener el actual nivel de turistas que vienen a España o incrementarlo.

Por último, este capítulo muestra el carácter dinámico del turismo sobre la economía, al determinar que sus efectos positivos se extienden a lo largo de varios periodos.

**REFERENCIAS CAPÍTULO V**

Adamou, A., Clerides, S. (2010). Prospects and limits of tourism-led growth: The international evidence. *Review of Economic Analysis*, 3, 287-303.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2000). Magnitudes Económicas Provinciales. Años 1985 a 1999. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2001). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 1995 a 2000. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2006). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2005. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2009). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2008. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, P. (2010). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2009. FUNCAS, Madrid.

Álvarez, A., Arias, C., Orea, L, 2006. Econometric testing of spatial productivity spillovers from public capital. *Hacienda Pública Española*, 178(3), 9-21.

Archer, B. (1995). Importance of tourism for the economy of Bermuda. *Annals of tourism Research*, 22(4), 918-930.

Arellano, M., y Bond, S. (2002). *Panel Data Estimation using DPD*. Oxford: Nuffield College.

- Arslanturk, Y., Balcilar, M. y Ozdemir, Z. A. (2011). Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28, 664-671.
- Balaguer, J. y Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Belisle, F. y Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents. *Annals of tourism research*, 8, 83-97.
- Bhagwati, J. y Srinivasan, T. (1979). Trade policy and development in Dornbunsh, R., y Frenkel, J. (eds). *International Economic Policy: Theory and Evidence*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1-35.
- Boscá, J.E., Escribá, J., Ferri, J. y Murgui, M.J., (2010). La inversión en infraestructuras públicas: una panorámica y algunas conclusiones para las regiones españolas. D-2010-11 D.T. Dirección General de Presupuestos. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
- Brida, J.G., Barquet, A. y Risso, W.A. (2009). Causality between economic growth and tourism expansion: empirical evidence from Trentino-Alto Adige. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(2), 87-98.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., Lionetti, S. y Risso, W.A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16 (3), 765-771.
- Castro-Nuño, M., Molina-Toucedo, J.A. y Pablo-Romero, M.P. (2013). Tourism and economic growth: A meta-analysis of panel data studies. *Journal of Travel*

*Research*, 52 (6), 745-758.

Chen, C-F. y Chiou-Wei, S. Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.

Cortés-Jiménez, I. (2010). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10, 12-139.

Cortés-Jiménez, I. y Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth *Current Issues in Tourism*, 13(1), 61-74.

Davis, D., Allen, J. y Consenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.

De la Fuente, A. (1996). Infraestructuras y productividad. Un panorama de la evidencia empírica. *Información Comercial Española*, 757, 25-41.

Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.

Dritsakis, N. (2011). Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Tourism Economics*, 18 (4), 801-816.

Durbarry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius. *Annals of*

*Tourism Research*, 29(3), 862-65.

Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389-401.

Eugenio-Martín, J.L., Morales, N.M. y Scarpa, R. (2004). *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach*. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro 26.

Fayissa B., Nsiah C. y Tadasse B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), 807-818.

Fayissa B., Nsiah C., y Tadasse B. (2009). *Tourism and economic growth in Latin American countries (LAC): Further empirical evidence*. Working Papers 200902, Middle Tennessee State University, Department of Economics and Finance.

Gómez-Antonio, M., y Fingleton, B. (2012). Regional productivity variation and the impact of public capital stock: an analysis with spatial interaction, with reference to Spain. *Applied Economics*. 44 (28), 3665-3677.

Gunduz, L. y Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, 12, 499-504.

Helpman, E. y Krugman, P. (1985). *Market Structure and Foreign Trade*. Cambridge: MIT Press.

Holtz-Eakin, D. y Schwartz A., (1995). *Spatial Productivity Spillovers from Public Infrastructure: Evidence from State Highways*. National Bureau of Economic

Research, Working Paper 5004.

Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32, 922-933.

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2012a). Balance del Turismo 2011. <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisisturistico/balantur/anuales/Balance%20del%20turismo%20en%20Espa%C3%B1a.%20A%C3%B1o%202011.pdf>

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2012b). Encuesta de Ocupación Hotelera

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2012). Contabilidad Regional de España. <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t35/p010/homoge/10/&file=02001.px&type=pcaxis&L=0>

Jin, J.C. (2011). The Effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, XX(X), 1-8.

Katircioglu, S.T. (2007). Tourism, trade and growth: the case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.

Katircioglu, S.T. (2009). Revising the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17-20.

Katircioglu, S. (2010). Testing the tourism-led growth hypothesis for Singapore – an empirical investigation from bounds test to cointegration and Granger causality tests. *Tourism Economics*, 16(4), 1095-1101.



- Kelejian, H. H., y Robinson, D. P. (1997). Infrastructure productivity estimation and its underlying econometric specification: a sensitivity analysis. *Papers of Regional Science*, 76 (1), 115-131.
- Khan, H., Seng, C. y Cheong, W. (1990). Tourism multipliers effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 408-418.
- Kim, H.J., Chen, M.H. y Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.
- Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, 188-292.
- Lanza A. y Pigliaru F. (2000). Tourism and economic growth: does country's size matter?. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 47, 77-85.
- Lean, H.H. y Tang, C.F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for Malaysia? A note. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 375-378.
- Lee, C.-C. y Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look to panels. *Tourism Management*, 29, 80-192.
- Lee, C-C. y Chien, M-S. (2008). Structural breaks, tourism development, and growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77, 358-368.
- Levine, R., Loayza, N., y Beck, T. (2000). Financial intermediation and growth: Causality and causes. *Journal of Monetary Economics*, 46, 31-77.

- Mamuneas, T.P., Savvides, A., Stengos, T. (2006). Economic development and the return to human capital: a smooth coefficient semiparametric approach. *Journal of Applied Econometrics*, 21, 111-132.
- Marin, D. (1992). Is the export-led hypothesis valid for industrialized countries? *Review of Economics and Statistics*, 4, 678-688.
- Mas, M., Pérez, F. y Uriel, E. (2011). *El stock y los servicios de capital en España y su distribución territorial y sectorial (1964- 2010)*. Fundación BBVA.
- McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constrain in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388-409.
- Narayan, P.K., Narayan, S., Prasad, A. y Prasad, B.C. (2010). Tourism, and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. *Tourism Economics*, 16(1), 169-183.
- Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
- Ongan S. y Demiröz D.M. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Ekonomicky casopis (Journal of Economics)* 53(9), 880-894.
- Pablo-Romero, M.P. y Gómez-Calero, M.P. (2008). Análisis por provincias de la contribución del capital humano a la producción en la década de los noventa. *Investigaciones Económicas*, XXXII (1), 27-52.
- Proenca, S. y Soukiazis, E. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal. *Centro de estudios de la Unión Europea*, 34.

- Rodríguez-Vález, J. Álvarez, A. y Arias, C. (2004). *Efecto desbordamiento de las infraestructuras: evidencia a partir de fronteras estocásticas*. Comunicación presentada a la XXX Reunión de Estudios Regionales, Barcelona, Noviembre.
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.
- Sequeira, T.N. y Nunes, P.M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431-2441.
- Serrano, L., y Soler, A. 2010. Series de capital humano. IVIE, Valencia, <http://www.ivie.es/banco/caphumser07.php>
- Sinclair, M.T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1-51.
- Uysal, M. y Gitelson, R. (1994). Assessment of economic impacts: Festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 3-10.
- West, G.R. (1993). Economic significance of tourism in Queensland. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 490-504

## CAPÍTULO VI

### LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

Entre los atractivos del turismo en España se encuentra el Flamenco. De hecho, el Flamenco no sólo forma parte de los principales activos de la industria cultural española sino que, además, es uno de los elementos por los que nuestro país resulta más conocido en el exterior.

No obstante, la industria cultural y creativa de España, se encuentra aún por debajo de la media de la UE-27, en aportaciones al VAB y empleo. Los datos muestran asimismo una reducción en el peso relativo del PIB nacional a raíz de la crisis económica actual.

El nacimiento del Flamenco se situó a mediados del s. XVIII en Andalucía y Extremadura y ha experimentado, desde entonces, una extraordinaria evolución, hasta convertirse hoy en día en un fenómeno multisectorial y mundial. A pesar de ello, existe una significativa carencia de datos al respecto desde el punto de vista económico.

## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

Hasta un total de nueve mercados diferentes conforman la industria del Flamenco, presentando todos como característica común, la falta de estadísticas oficiales desagregadas, que permitan medir el potencial real de los mismos y el de la economía del Flamenco en su conjunto.

En este capítulo, se sintetiza toda la información disponible relativa a la economía del Flamenco, y se elabora una estimación monetaria de la misma, con el fin de mostrar la importancia económica potencial de este sector.

## 6.1. INTRODUCCIÓN

Como ya se analizó en el capítulo III, la industria cultural nacional es una de las mayores fortalezas del país a la hora de captar turismo internacional. El Flamenco es un componente destacado de la cultura española y más especialmente de la andaluza. Aunque esto es una realidad, todavía hoy, el Flamenco lucha en el interior de nuestro país, con las reticencias y escrúpulos de ciertos sectores de nuestra sociedad y de algunas zonas geográficas que, ajenos a la realidad actual del mundo del Flamenco, ven en él un arquetipo a desterrar de la España inculta, obsoleta y holgazana, conectada directamente a la imagen de país de sol y vacaciones, de folklore (toros y flamenco) y tradiciones (religión y luto) (Noya, 2002).

Es cierto que el Flamenco no puede negar la humildad de las clases sociales donde fraguó su nacimiento. La Andalucía y Extremadura rurales de finales del s. XVIII y comienzos del s. XIX, constituían las zonas más deprimidas económicamente y culturalmente más atrasadas de la España de aquella época (Martínez, 2008). Aunque curiosamente, este mismo fenómeno, el de nacer de las capas sociales menos favorecidas, también se ha observado que ha ocurrido en otras expresiones músico-culturales mundiales. El jazz, por ejemplo, nació a finales del s. XIX en los estados del sureste de Estados Unidos, de la población negra marginada. O más recientemente aún, la música rap tuvo su origen en los barrios pobres de negros y latinos de Nueva York, en la década de los setenta del siglo pasado. No obstante, al igual que le ocurre a estas otras expresiones culturales, el Flamenco de nuestros tiempos no tiene nada que ver con el de sus inicios (ni el nivel cultural y económico de nuestro país tampoco).

La labor de potenciación y desarrollo realizada por la administración regional andaluza desde 1982, ha permitido dignificar y poner en valor a este sector (Ortega, 2006). El Flamenco actual se representa en espacios escénicos de primera categoría a nivel mundial, por profesionales con cachés equiparables a los de artistas destacados de otras disciplinas artísticas equivalentes, y lo más importante, con una demanda internacional sostenida de público, que permite financiar buena parte de todo lo anterior.

Las propias administraciones públicas han sabido sensibilizarse con este patrimonio cultural de nuestro país. La comunidad autónoma andaluza, en concreto, en la última reforma de su Estatuto de Autonomía aprobado definitivamente en el referéndum del 18 de febrero de 2007, incluyó en el art. 68.1 epígrafe *Cultura y Patrimonio* lo siguiente: “*Corresponde asimismo a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de conocimiento, conservación, investigación, formación, promoción y difusión del flamenco como elemento singular del patrimonio cultural andaluz*” (Estatuto de Autonomía para Andalucía, 2007).

En 2007, la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía creó el plan PECA (Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía). Se aprobó a finales de 2007 y delimitó el Plan Estratégico de la Consejería de Cultura en los años siguientes. (Consejería de Cultura, 2007). Un plan estratégico a cuatro años, para el desarrollo de la cultura en la Comunidad Autónoma andaluza. Este plan estipulaba ocho áreas de actuación: 1) Música, danza y teatro, 2) Libro y biblioteca, 3) Bienes culturales, 4) Archivos y patrimonio cultural. 5) Flamenco, 6) Industrias culturales, 7) Museos y 8) Audiovisual.

Así pues, el Flamenco tenía dedicada un área independiente. Los tres objetivos que el plan PECA se marcó para el Flamenco en el cuatrienio 2008-2011 fueron:

- Objetivo 1: Fortalecer las bases de extensión del Flamenco como hecho social, económico, filosófico y cultural de Andalucía.
- Objetivo 2: Proteger y conservar el Flamenco a través de su musicalidad, elementos y objetos.
- Objetivo 3: Incorporar el Flamenco en los circuitos de mercado.

Además, la Junta de Andalucía cuenta con instituciones administrativas específicas dedicadas al Flamenco. En 1993 creó el Centro Andaluz del Flamenco, como “centro de investigación, documentación y difusión del Flamenco” (Junta de Andalucía, 2013a). Y en 2005, fundó la Agencia para el Desarrollo del Flamenco (actualmente Instituto Andaluz del Flamenco), cuyo principal objetivo auto-declarado es “la conservación, recuperación, difusión y promoción del Flamenco dentro y fuera de Andalucía” (Junta de Andalucía, 2013b). Así pues, como afirma Ortega (2006) el Flamenco forma parte de la industria cultural española y más especialmente de la andaluza, y por tanto contribuye a la identidad y a la cohesión social de nuestro país.

Este capítulo se centra en la faceta del Flamenco como recurso económico. Su objetivo es valorar el alcance económico de la industria del Flamenco en España y prospectar su mercado exterior.

Para ello tras esta introducción, se dedica el apartado 6.2 a la definición, origen y geografía del Flamenco. A continuación, el apartado 6.3 aborda el análisis de la importancia económica de la industria cultural. Para ello se analiza en primer lugar el concepto de industrias culturales y creativas de la Unión Europea, y se valora económicamente su peso en la economía de Europa. Seguidamente se estudia y



## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

cuantifica la importancia económica de la industria de las actividades culturales y la de las actividades vinculadas a la propiedad intelectual en España. En el apartado 6.4, se elabora el estudio económico del Flamenco, cuantificándose el volumen de negocio estimado para el mismo en 2009. Hasta un total de nueve sectores diferentes conforman la industria del Flamenco. Se estudian igualmente los instrumentos de promoción que utiliza esta expresión cultural y se analiza el posicionamiento del Flamenco en el exterior. Se finaliza con unas conclusiones y observaciones.

## 6.2. DEFINICIÓN, ORÍGENES Y GEOGRAFÍA DEL FLAMENCO

El 16 de noviembre de 2010, el Comité Intergubernamental de Patrimonio Inmaterial de la UNESCO, reunido en Nairobi, concedió al Flamenco la categoría de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Este reconocimiento que fue bien recibido y celebrado por todos los amantes del Flamenco dentro y fuera de nuestras fronteras, dejó no obstante, un cierto sabor amargo. Muchos flamencólogos y aficionados no podían entender cómo esta expresión del arte y del alma del sur de España, única en el mundo y con decenas de miles de aficionados y practicantes nacionales e internacionales, no tenía este reconocimiento desde hacía ya muchos años.

Bajo el concepto de Flamenco se engloban la realización de un conjunto de varias manifestaciones artísticas: cante, toque de guitarra española y baile.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2013), el vocablo Flamenco tiene varias acepciones. En la tercera de ellas, se define Flamenco como “...*ciertas manifestaciones socioculturales asociadas generalmente al pueblo gitano, con especial arraigo en Andalucía*”. Sin embargo, esta descripción vinculada a la etnia gitana es cuestionada en muchos ámbitos del sector Flamenco. Ya que, sin pretender negar la valiosa y decisiva aportación que la raza calé ha realizado y realiza al Flamenco, también resulta cierto que grupos de esta etnia se encuentran diseminados desde hace siglos por toda Europa y parte de Asia, sin que, en ninguno de estos países, se haya producido ningún fenómeno folclórico parecido.

La propia etimología del término Flamenco ha generado todo un profuso listado de hipótesis diferentes. El escritor y viajero de origen inglés George Borrow en su viaje por Andalucía a mediados del s. XIX, afirmaba que se llamaba flamencos a los gitanos españoles, por considerárseles de origen germano (Borrow, 1998). Blas Infante defiende en cambio, el origen árabe del término, al suponerle proveniente de la expresión árabe *felah-menhu*, que significa “campesino errante o huido”, en referencia a los moriscos expulsados de España que permanecieron mezclados con la población, principalmente con los gitanos (Infante, 1980). Por su parte el escritor Máximo José Khan afirma que Flamenco proviene de denominar así a los cantos sinagogales de los judíos españoles que emigraron a los Países Bajos (Khan, 1930). El poeta y escritor Francisco Rodríguez Marín aboga por la idea de la similitud entre el vestuario habitual de los artistas flamencos (chaquetilla corta y pantalón ajustado) y la morfología del ave migratoria de igual nombre (Rodríguez, 1929). El escritor Carlos Almendro relata, en su obra “Todo lo básico sobre el flamenco”, cómo en la corte de Carlos V los cantores de su capilla eran todos flamencos (oriundos de la región de Flandes). De aquí que el pueblo entablase la sinonimia entre cantor y Flamenco (Almendros, 1973).

La UNESCO, en la comunicación de su inclusión del Flamenco en la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de Noviembre de 2010, afirmaba que “*el Flamenco es considerado como una expresión de arte resultado de una fusión del cante, baile y toque, propio de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Extremadura y Murcia*” (UNESCO, 2009).

Sobre los orígenes temporales del flamenco, sí parece existir una mayor coincidencia entre los investigadores que se han aproximado a su estudio. Así algunos

autores, entre los que cabe citar a Cantero y Hernández (2009), fechan en el s. XVIII las bases del Flamenco, que comenzó siendo rural antes que urbano, y que se consagró como género artístico andaluz en la primera mitad del s. XIX. En el mismo sentido, el doctor en filosofía y flamencólogo, José Martínez Hernández señala que sólo a finales del s. XVIII podemos hablar de la aparición de géneros flamencos tanto en el cante como en el baile (Martínez, 2008). Existiendo con anterioridad sólo indicios del género de los romances. Este mismo autor denuncia la tendencia repetida a lo largo de la historia de atribuir orígenes musicales parciales, asignando la propiedad exclusiva del Flamenco a determinados grupos o etnias. En especial destacan dos grandes épocas relativamente recientes. En la primera que denomina “andalucismo o payismo” (1920-1950), se menospreció y arrinconó la participación gitana en el Flamenco. A ella le siguió el “gitanismo” (1950-1980), período en el cual se minusvaloró toda aportación no gitana (Martínez, 2008).

En general, si se analiza en profundidad el Flamenco, pueden destacarse tres características principales que le son inherentes:

- 1) Su capacidad para transmitir sentimientos y emociones, con formas y expresiones emanadas directamente del pueblo. Preferentemente de las capas sociales más humildes (Martínez, 2008).
- 2) Su universalidad. Que le hace huir de cualquier localismo o sectarismo, para tener una implantación mundial (Martínez, 2008). Ya que aunque minoritaria, el Flamenco tiene, exceptuada África Subsahariana, presencia prácticamente en todos los países del mundo. Lo cual le proporciona una fuerte garantía de supervivencia para el futuro (Aoyama, 2007).

- 3) Su globalización y relocalización (Aoyama, 2009). La exportación del Flamenco ha generado un enriquecimiento continuo con las aportaciones que recibe del exterior. Lo que ha impulsado su desarrollo, pero también, su adaptación y cambio a la evolución social (y que provoca ese eterno enfrentamiento interno dentro del mundo del Flamenco, entre los puristas y los innovadores). Generándose incluso interpretaciones propias en el extranjero, en ocasiones alejadas de la concepción original (Aoyama, 2007).

La habilidad del Flamenco de nutrirse desde su nacimiento de multitud de culturas e influencias, forma parte de su propia carga genética. De esta forma, puede encontrarse en él, vestigios orientales multiformes y variados, liturgias griega y visigótica, cantos sinagogales, música persa, invocaciones muezínicas, melopeas bereberes y jarchas mozárabes (Martínez, 2008). También puede observarse la influencia de los romances populares andaluces, cuya expresión más directa son los llamados “fandangos del sur”. Asimismo, el Flamenco se ha visto enriquecido, gracias a las valiosas aportaciones del pueblo gitano (Falla, 1972). Y en los últimos años con la influencia de la música afrocubana.

Si se realiza un análisis cronológico de la historia del Flamenco, pueden distinguirse un total de 8 etapas (Martínez, 2008):

- 1) Etapa hermética o pre-flamenca. Comprende la época anterior al último tercio del s. XVIII, en donde se concibe el flamenco, pero de la que no tenemos documentación alguna.

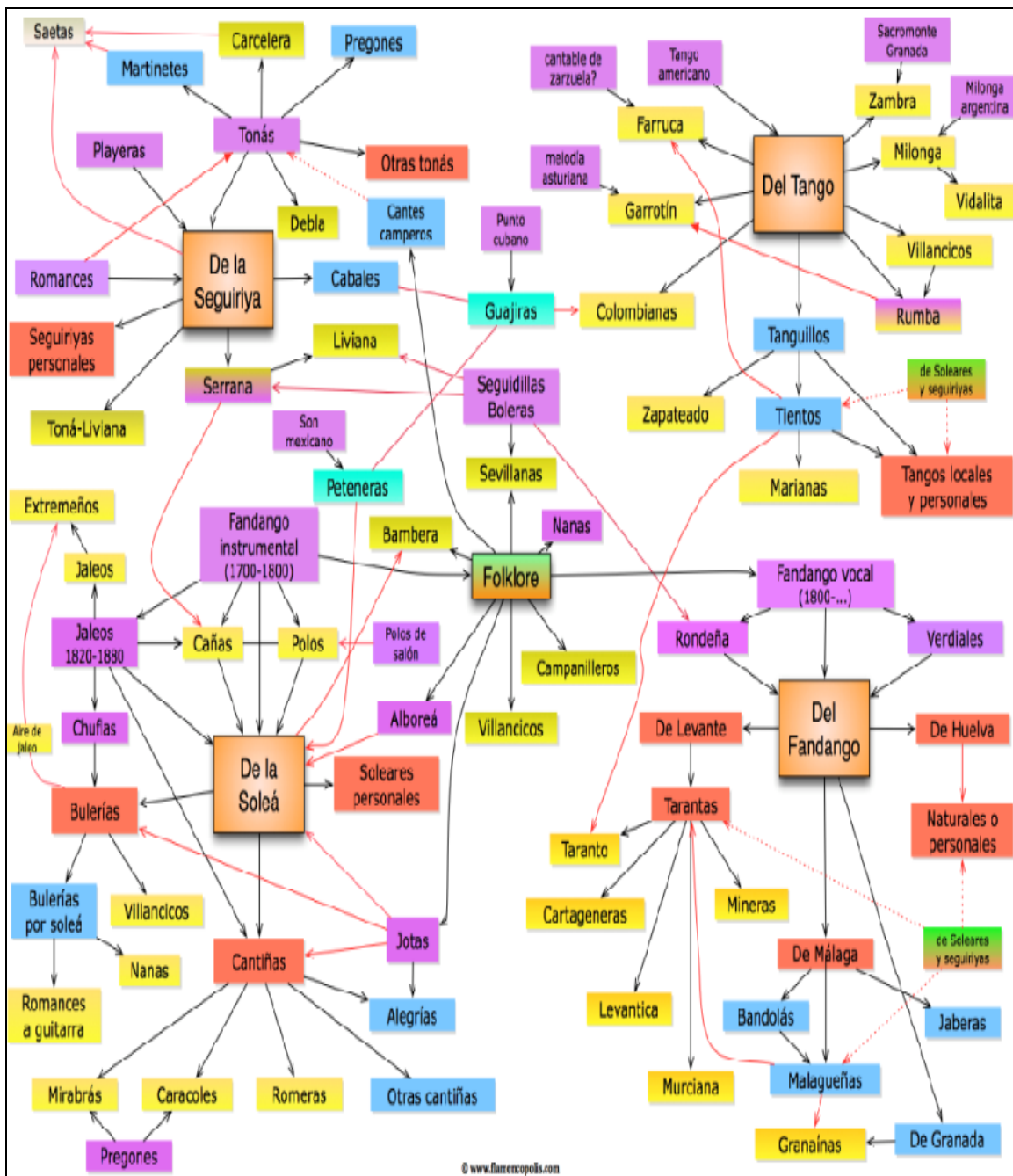
## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

- 2) Etapa primitiva. De 1765 a 1860 aproximadamente. Período en el que se fraguan los cantes flamenco básicos tales como: romances, seguiriyas, tonás y soleares.
- 3) Edad de oro o clásica. De 1860 a 1920 aproximadamente. La irrupción de los cafés cantantes permitió profesionalizar a los artistas flamencos y por tanto fomentar su afloramiento y la rivalidad profesional entre ellos.
- 4) Etapa de transición. Se desarrolla hasta el comienzo de la Ópera Flamenca y en esta época surgen cuatro de las grandes figuras históricas del flamenco: Manuel Torre, Antonio Chacón, Pastora Pavón (Niña de los Peines) y su hermano Tomás Pavón.
- 5) Época grabable. La erupción del disco de pizarra en 1901 permitió multiplicar la difusión y aumentar los ingresos de los artistas (Cantero y Hernández, 2009).
- 6) Ópera flamenca. De 1920 a 1955. Se distinguen dos etapas: de 1920 a 1936, de declive y desaparición de los cafés cantantes e irrupción de la guerra civil. De 1940 a 1955, período llamado del nacional-flamenquismo.
- 7) Etapa de renacimiento. De 1955 a 1985. Período de revalorización del Flamenco. Proceso que se aceleró a comienzos de la década de los años ochenta del s. XX, gracias al desarrollo generado por el apoyo institucional de la Junta de Andalucía

- 8) Etapa contemporánea. El especial reflorecimiento del Flamenco en esta época viene marcado especialmente por la aparición de 3 grandes maestros: Antonio Mairena, Enrique Morente y Camarón de la Isla.

Esta variedad de influencias y su evolución a lo largo de estas ocho grandes etapas, han hecho que el Flamenco desarrollara variedades en su género: los llamados palos del Flamenco. De acuerdo con el DRAE (2013), en su acepción 11ª del término palo, lo define como: “*cada una de estas variedades tradicionales del cante Flamenco*”. Cada palo de cante, lleva aparejado un baile y un toque de guitarra característicos. Los estudios más exhaustivos, donde figuran no sólo los cantes principales sino también los derivados, cifran en 70 el número de palos o estilos de cante que podemos encontrar dentro del flamenco (Gamboa, 2007). No obstante no existe unanimidad al respecto. Otros autores, en cambio, sólo enumeran un total de 45 variantes principales del cante (Martínez, 2008). En la Figura 6.1, se muestra un mapa conceptual en el que se manifiestan un total de 60 palos, relacionados según sus conexiones e influencias mutuas (FLAMENCÓPOLIS, 2013).

Figura 6.1. Palos del flamenco



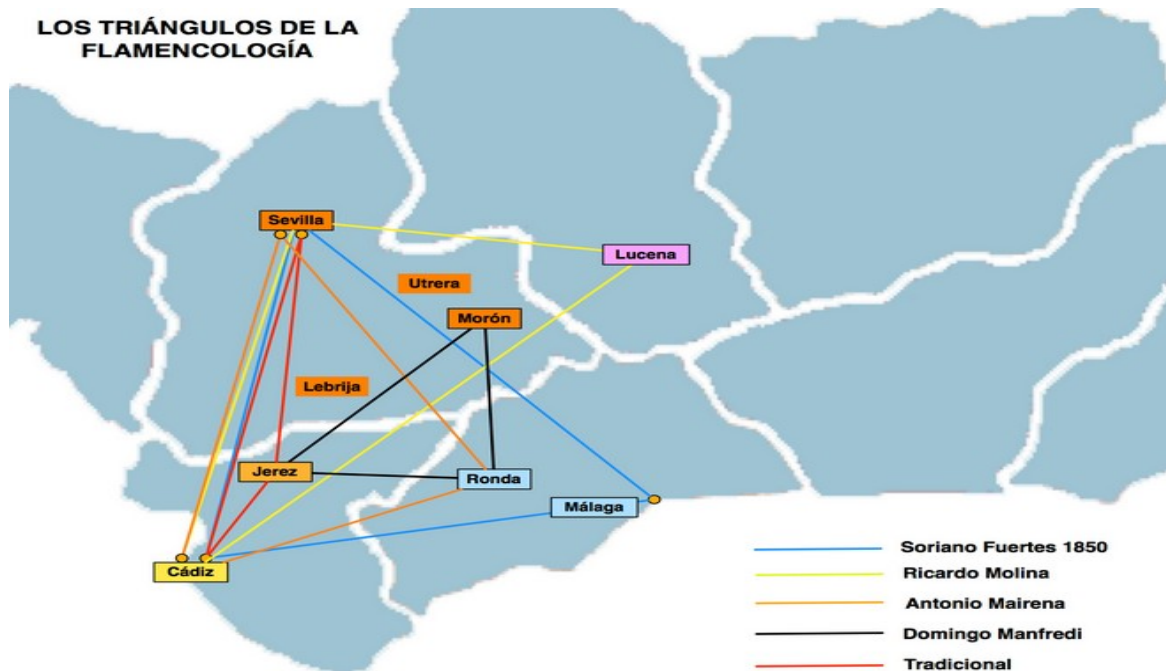
Fuente: FLAMENCÓPOLIS, 2013.



Una de las características que presentan estos palos del Flamenco es su enraizamiento con áreas geográficas concretas en donde surgieron y se desarrollaron.

Para aproximarse a la llamada geografía del Flamenco, se puede comenzar realizando un listado de grandes poblaciones del Flamenco, lo que se denominaría “ciudades cantaoras”, habitualmente coincidentes con la cuna de grandes intérpretes. Pero para ser más certeros, hay que abrirse hacia espacios geográficos más amplios, las llamadas “comarcas cantaoras”, es decir, el rosario de poblaciones más o menos cercanas conectadas artísticamente por el Flamenco (Suárez, 2012). Finalmente algunos autores han hecho referencia al llamado “triángulo tartésico”, formado por el espacio territorial comprendido entre Morón, Jerez de la Frontera y Ronda (Manfredi, 1961), como la cuna auténtica del cante jondo. Aunque en este último aspecto vuelven a surgir pequeñas divergencias de localización según la visión de cada experto. En la Figura 6.2 se representa, en un mapa geográfico de Andalucía, las distintas zonas, donde según distintos flamencólogos, se fraguaron las esencias musicales del Flamenco puro. Como se puede observar, los niveles de coincidencia son parciales, pero sumando todos los triángulos definidos por los expertos, se forma un poliedro envolvente muy cercano a la realidad.

Figura 6.2. Geografía del flamenco según investigadores

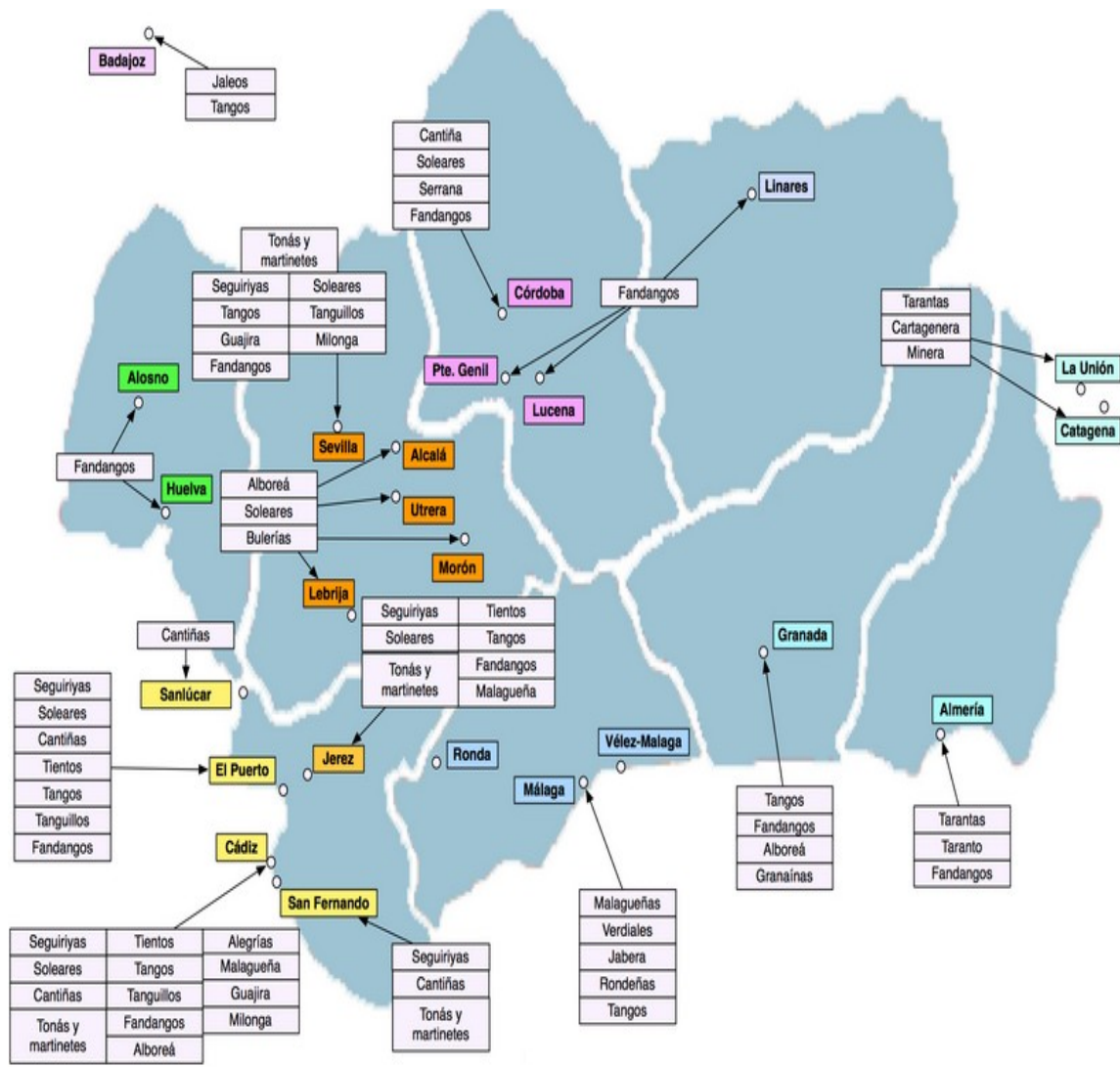


Fuente: FLAMENCÓPOLIS, 2013.

Por último, en la Figura 6.3, se representa la distribución geográfica por poblaciones en Andalucía, Extremadura y Murcia de los distintos palos o estilos flamencos, según su procedencia o en ocasiones según el lugar de nacimiento de sus cantaores estrella, que habitualmente se convertían en sus principales intérpretes. Se puede comprobar cómo determinados palos están asociados a ciertas poblaciones o zonas. Así ocurre por ejemplo con Huelva y los fandangos, con Badajoz y los jaleos, con Málaga y las malagueñas o las verdiales, con Murcia y la minera, con Almería y las tarantas, con Cádiz y las alegrías, la guajira o la milonga. Y luego existen un conjunto de poblaciones andaluzas, a caballo entre las provincias de Cádiz y de Sevilla (Sevilla, Jerez, El Puerto, Sanlúcar de Barrameda, San Fernando y Cádiz) en donde se producen

las mayores concentraciones de palos coincidentes en todas ellas: seguiriyas, soleares, tonás, martinets, tangos, tanguillos, tientos, cantiñas, tanguillos...

**Figura 6.3. Palos del flamenco desde un punto de vista geográfico.**



Fuente: FLAMENCÓPOLIS, 2013.

Así pues, el Flamenco es una expresión sociocultural española de origen básicamente andaluz, y que se manifiesta artísticamente con el cante, el toque de

## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

guitarra y el baile. Su nacimiento se fecha a mediados del s. XVIII y sus principales características son su capacidad para transmitir emociones y sentimientos, su universalidad y su habilidad para asimilar aportaciones de otras manifestaciones artísticas.

El corazón geográfico del Flamenco se mueve entre distintas poblaciones de las provincias de Sevilla, Cádiz, Córdoba y Málaga.

### 6.3. LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA Y EN ESPAÑA

Desde un punto de vista económico, puede incluirse al Flamenco como parte de la industria cultural española. El término industria cultural no es algo moderno, aunque desde su aparición el concepto ha evolucionado mucho, tanto en continente como en contenido. Theodor Adorno comenzó a utilizar esta expresión en 1948, para referirse a las técnicas de reproducción industrial para la creación y difusión en masa de obras de carácter cultural (Adorno y Horkheimer, 1998). En la segunda mitad del s. XX el desarrollo cultural y económico, sumado al enorme avance tecnológico, han renovado y modificado profundamente el término. En los años 90 surgió la denominada economía creativa, como *“todo aquello que formule nuevas ideas y la aplicación de esas ideas para producir trabajos originales de arte y productos culturales, creaciones funcionales, invenciones científicas e innovaciones tecnológicas”* (UNCTAD, 2008) (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, CNUCYD o UNCTAD, del inglés, *United Nations Conference on Trade and Development*). Es decir, la economía creativa es un proceso holístico que conecta la tecnología, la cultura y la economía en un mundo globalizado y fuertemente influido por las imágenes, el sonido los textos y los símbolos (Lazaretti et al. 2011).

El concepto de industria creativa nace en Australia con el informe *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy* (Department of Communications and Arts, 1994), y posteriormente fue extendido por el *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) del Reino Unido. Se define como aquella que *“tiene su origen en la*

*creatividad individual, la destreza y el talento y que tiene el potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual*” (UNESCO, 2013). En esta definición se incluye otro concepto directamente imbricado en esta industria: los derechos de propiedad intelectual.

La UNESCO (Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) finalmente ofrece una definición completa que aúna las visiones y contenidos tanto de las industrias culturales como las de las creativas: *“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”* (UNESCO, 2013).

De esta definición pueden extraerse las principales características de las industrias culturales y creativas. En primer lugar, la creatividad es el componente central de la producción. Producción que puede tener un contenido cultural, artístico o patrimonial y que suele disfrutar de protección de la propiedad intelectual. En ella intervienen la economía, la cultura y el derecho. Y presenta una clara bicefalia entre su faceta como recurso económico y su valor como identidad cultural de los pueblos.

A nivel económico y social, las industrias culturales y creativas, según datos de la UNESCO (2010), supusieron en 2009 el 3,4% del PIB mundial, situándose en la mayoría de las naciones entre el 2% y el 6%.

En la Tabla 6.1 se muestran los principales datos económicos de las industrias culturales y creativas elaborados por *TERA Consultants* para la Unión Europea en 2008 (*TERA Consultants*, 2010). Este estudio dividió al sector en actividades tradicionales y

en otros sectores interdependientes y de apoyo. Las actividades tradicionales incluyen a la prensa, libros, música, *software*, informática, vídeo y actividades anexas. Las estimaciones realizadas muestran que dichas actividades generaron en 2008 un valor añadido de 560 mil millones de euros, proporcionando aproximadamente 8,5 millones de empleos. Esto equivale al 4,5% del valor añadido europeo y al 3,8% de mano de obra ocupada. Estas actividades representaron en el Reino Unido el 6,2% del valor añadido, en Francia el 4,9%, en Alemania un 4,2%, en Italia el 3,8% y en España el 3,6% (*TERA Consultants*, 2010)

Los otros sectores interdependientes y de apoyo, no incluidos en las actividades tradicionales, fueron los relacionados con actividades relativas a la televisión, radio, instrumentos musicales, equipamiento informático, papel, etc., así como las industrias de apoyo, tales como comercio y transporte. El valor añadido medio de la UE de este conjunto de actividades fue del 2,4% y del 2,7% en empleo. Reino Unido lideró también este bloque con un 3,4% en valor añadido y el 3,8% en empleo. En España, los valores respectivos fueron el 2% y el 2,4%.

Sumando los valores económicos de ambos bloques de actividades, en 2008 las industrias creativas supusieron el 6,9% del valor añadido de la UE-27, con 862 mil millones de euros, y el 6,5% del empleo, con un total de 14,4 millones de asalariados. El liderazgo lo ostentó el Reino Unido con 175 mil millones de euros (9,6% de su valor añadido) y el 3,8% de sus trabajadores (2,7 millones). Francia ocupó el segundo lugar al alcanzar los 142 mil millones de euros y 1,7 millones de empleados (9,2% del empleo del país). Alemania alcanzó los 162 mil millones de euros, 6,5% del valor añadido, y los 2,7 millones de asalariados, 6,9% del empleo. Italia, 9,3 mil millones (5,9% del valor

añadido), y el 6,1% del empleo, con 1,4 millones. España, en el quinto lugar europeo, alcanzó los 62 mil millones, 5,6% del valor añadido y 1,2 millones de empleos (5,9%).

**Tabla 6.1. Valor Añadido y Empleo de las Industrias Culturales y Creativas en UE-27 y principales países de la misma en 2008. Porcentajes sobre el total de la UE-27**

Industrias Creativas	Valor Añadido				Empleo			
	Actividades Tradicionales	Actividades interdependientes y de apoyo	Total	Importe	Actividades Tradicionales	Actividades Interdependientes y de apoyo	Total	Total Trabajadores
	(%)	(%)	(%)	Miles Millones Euros	(%)	(%)	(%)	Millones personas
UE 27	4,50	2,40	6,90	862	3,80	2,70	6,50	14,4
Reino Unido	6,20	3,40	9,60	175	5,40	3,80	9,20	2,7
Francia	4,90	2,60	7,50	142	3,70	2,60	6,20	1,7
Alemania	4,20	2,30	6,50	162	4,10	2,80	6,90	2,7
Italia	3,80	2,10	5,90	93	3,60	2,50	6,10	1,4
España	3,60	2,00	5,60	62	3,50	2,40	5,90	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos TERA consultants (2010)

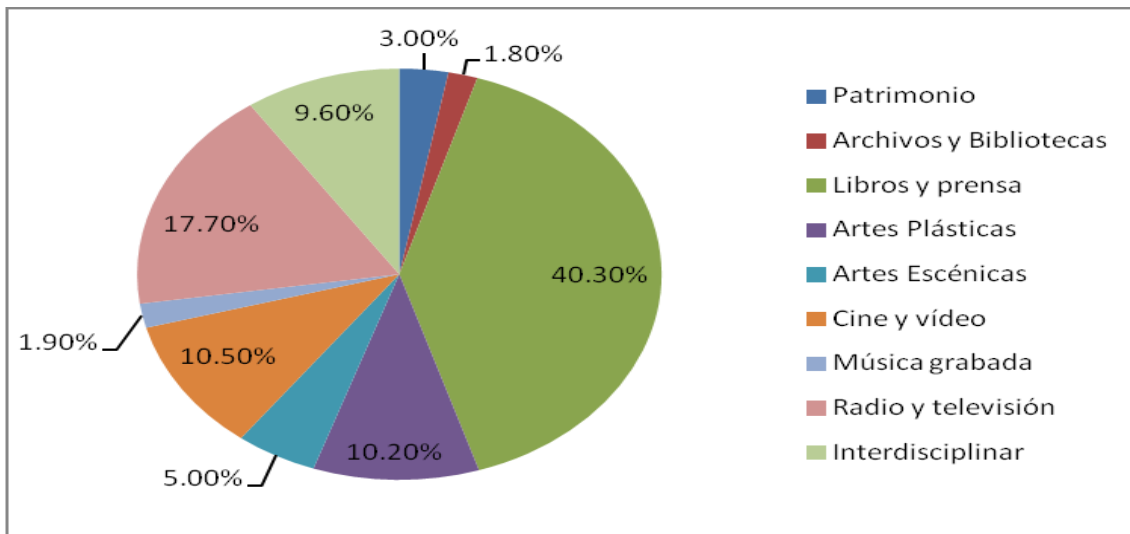
En nuestro país, el Ministerio de Cultura elabora de forma anual la Cuenta Satélite de la Cultura en España (CSC), utilizando como fuente de información la Contabilidad Nacional proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (MCU, 2013). Su objetivo es analizar la capacidad de la cultura para generar riqueza, evaluando su aportación directa al PIB nacional.



Según la CSC, los subsectores que conforman el sector de la industrias culturales son los siguientes: Patrimonio, Archivos y Bibliotecas, Libros y Prensa, Artes Plásticas, Artes Escénicas, Audiovisual (video, cine, televisión y radio) e Interdisciplinar. Patrimonio son todas aquellas actividades de gestión y explotación de los monumentos históricos, yacimientos arqueológicos y museos. Archivos y Bibliotecas abarca todas las actividades de explotación de los mismos. Libros y Prensa comprende las actividades vinculadas al libro, la prensa y las revistas en todos sus formatos. Artes Plásticas incluye toda actividad relacionada con la pintura, la escultura, la arquitectura o la fotografía. Artes Escénicas comprende toda manifestación en forma de espectáculos culturales en directo, como el teatro, la ópera, la zarzuela y cualquier tipo de concierto, ya sea de música clásica o actual. Audiovisual comprende todas las acciones relacionadas con el cine, el video, la música grabada, la televisión, la radio y cualquier otro formato audiovisual. Interdisciplinar aglutina a todas aquellas actividades que no puedan ser desglosadas por no disponer de información estadística suficiente.

Dentro de este esquema, el Flamenco puede encuadrarse en el subsector de las Artes Escénicas, aunque con presencia también en Audiovisual e Interdisciplinar. En el Gráfico 6.1 se muestra la importancia relativa media del período 2000-2009 respecto al PIB cultural español de cada uno de estos subsectores. Los Libros y Prensa acumularon el 40,3% del total, seguido de la radio y la televisión con el 17,7%. A continuación se situaron el cine y el vídeo con el 10,5% y las Artes Plásticas con el 10,2%.

**Grafico 6.1. Porcentaje relativo de los componentes de las industrias culturales respecto al PIB cultural español. Media periodo 2000-2009 (%)**



Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

De forma complementaria a la subdivisión en sectores, cada uno de ellos se divide según las actividades desarrolladas; distinguiendo las diversas fases o procesos que suelen afectar a cualquier producto cultural. Estas fases son las siguientes:

- Creación. Las actividades de elaboración de ideas artísticas novedosas realizadas por autores, intérpretes y artistas.

- Producción. Todas las actividades encaminadas a definir el servicio o producto cultural. En unión a la actividad de creación se obtiene los bienes y servicios primarios culturales.

- Fabricación. Actividades destinadas a reproducir en serie los bienes culturales primarios. En esta fase no se anexiona ningún valor añadido al bien cultural primario.

- Difusión y distribución. Actividades necesarias para que el producto llegue al consumidor. Es la comercialización y distribución de los productos culturales.

- Actividades de promoción y regulación. Todas las actividades de esta índole llevadas a cabo por las Administraciones Públicas.

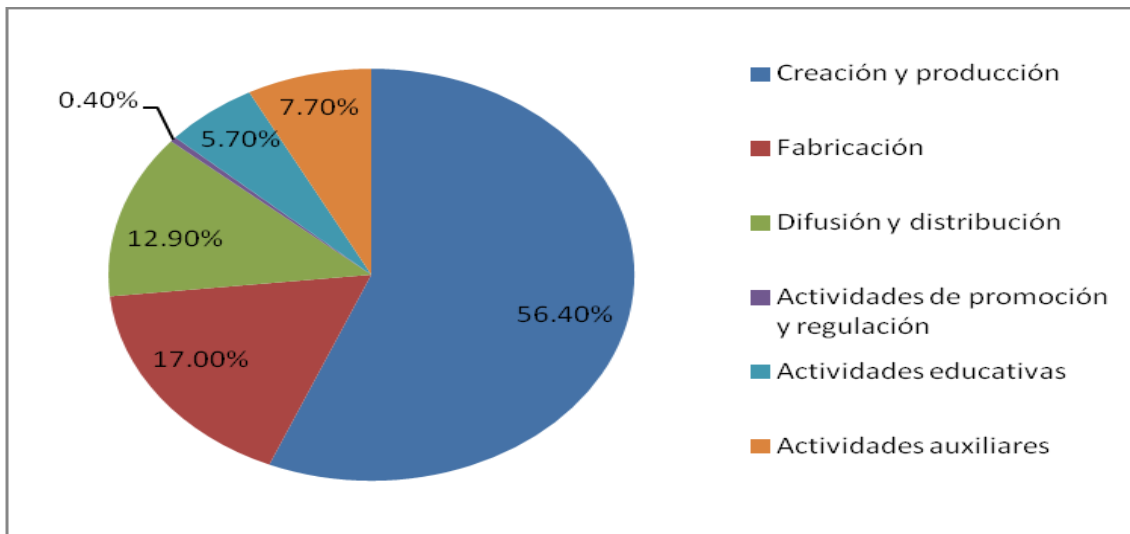
- Actividades educativas. Atañe a la enseñanza vinculada a la cultura.

- Actividades auxiliares. Incluye aquellas actividades que aunque no producen bienes y servicios culturales sí permiten obtener productos que facilitan su uso.

Las actividades vinculadas a la propiedad intelectual son prácticamente coincidentes con las del sector de la industria cultural descrito, con la excepción del sector de patrimonio y las fases de promoción, regulación y educativas e incorporando los sectores de informática, siempre que sus actividades tengan conexión con la propiedad intelectual y la publicidad.

En el Gráfico 6.2 se representa la aportación relativa media de cada una de estas fases que conforman las industrias culturales respecto al PIB cultural español, en el período 2000-2009. La creación y producción acumularon el 56,4% del total, seguidas de la fabricación con el 17% y de la difusión y distribución con el 12,9%.

**Grafico 6.2. Porcentaje relativo de las fases de un producto cultural. Media período 2000-2009 (%)**



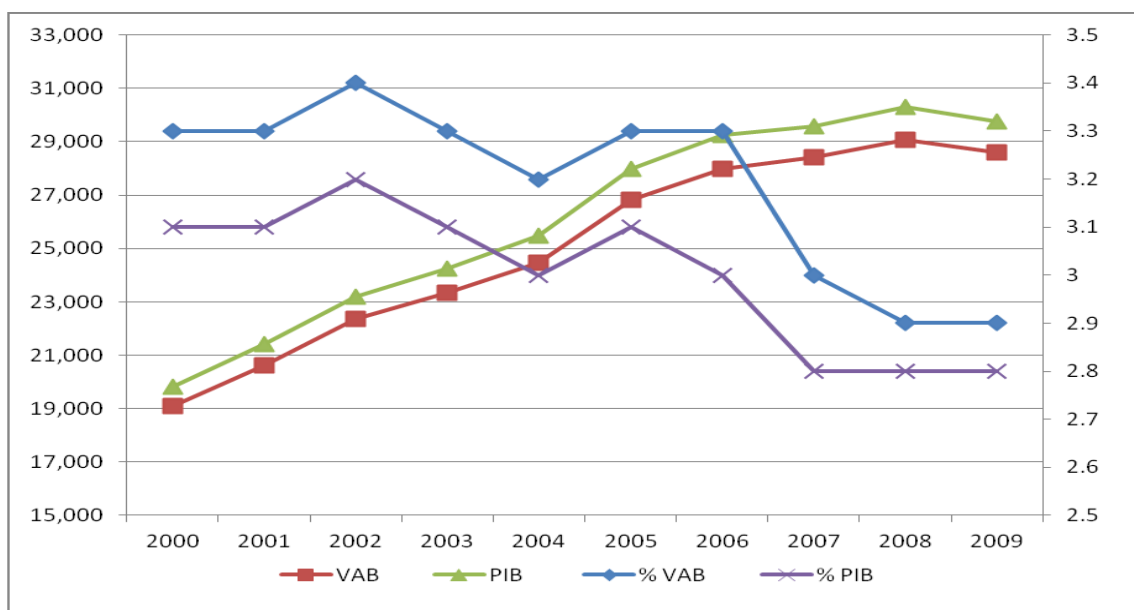
Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

En el Gráfico 6.3, se muestra la evolución del VAB y del PIB de las actividades culturales en España y los porcentajes relativos respecto al PIB nacional, para el período 2000-2009. Se observa que el crecimiento de la serie fue continuo, aunque con una leve caída (-1,82%) en 2009 debida a la crisis económica. El valor inicial del VAB fue en 2000 de 19.833 millones de euros, alcanzando al final del periodo analizado los 29.753 millones de euros nominales. Respecto al PIB, en 2001, su valor fue de 19.080 millones y en 2010 de 28.614 millones de euros nominales. Estas cifras suponen que la aportación media de las industrias culturales al VAB nacional fue durante el periodo del 3,2% y del 3% al PIB nacional. Al final de la década, dichas aportaciones cayeron ligeramente hasta el 2,9% y el 2,8%, respectivamente. En relación al porcentaje que el VAB y el PIB de las industrias culturales aportaron al PIB nacional en el período 2000-

2009, fueron en torno el 3,3% del VAB y el 3% el PIB, hasta 2006. En 2007 y hasta 2009 se produjo una caída paulatina hasta acabar en 2009 en el 2,9% el VAB y el 2,8% el PIB.

**Gráfico 6.3: PIB y VAB de las Actividades Culturales en España y porcentajes relativos respecto al PIB nacional. Período 2000-2009**

(Millones de euros nominales)

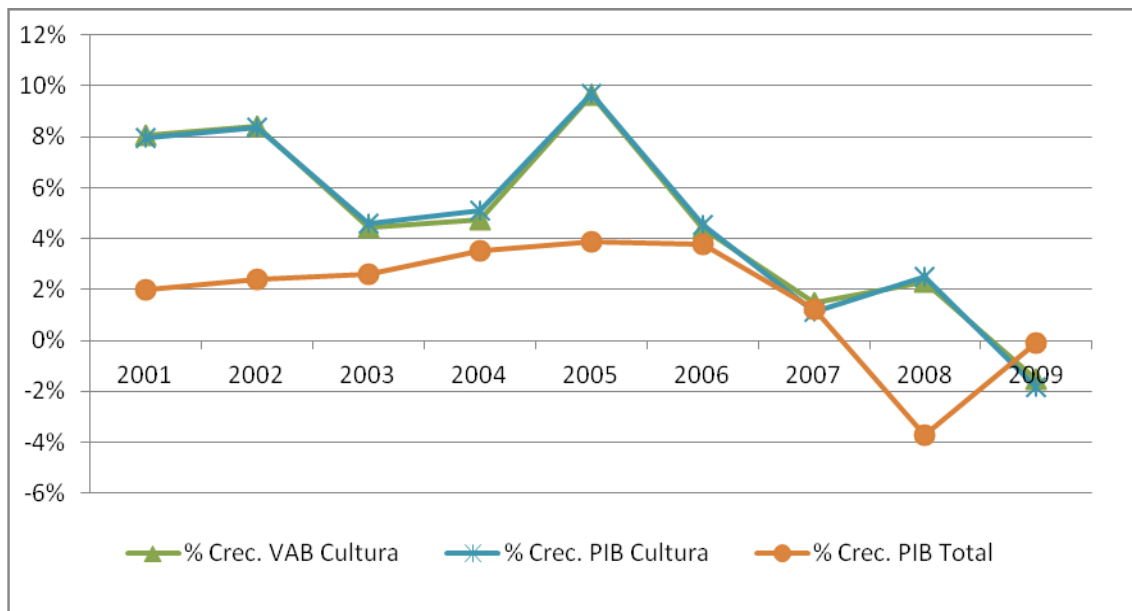


Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

El crecimiento del VAB y del PIB de las industrias culturales (Gráfico 6.4) fue parejo a lo largo de todo el periodo, siendo además superior al crecimiento del PIB nacional. Así, el crecimiento medio del periodo del VAB y del PIB de las industrias culturales fue del 4,7%, mientras que el del PIB total fue del 1,7%. Las mayores tasas de crecimiento registradas para las industrias culturales, se produjeron en 2005, con

tasas de hasta el 10%. No obstante, esta tendencia creciente se invirtió en 2009, siendo la caída sufrida por los valores de VAB y PIB de las actividades culturales mayor que la sufrida por el PIB total. Hay que destacar, por tanto, la especial incidencia que la crisis económica ha tenido en la industria de las actividades culturales.

**Gráfico 6.4. Tasas de crecimiento anual del VAB y del PIB de las Actividades Culturales y del PIB Total. Periodo 2000-2009 (%)**

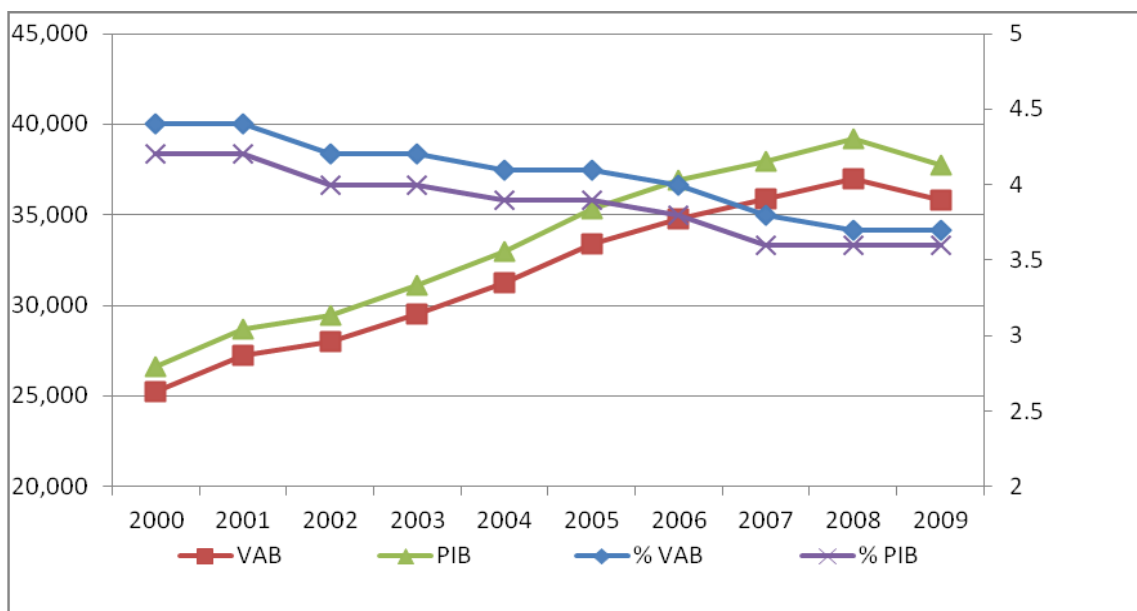


Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

Las actividades vinculadas con la propiedad intelectual para el periodo tuvieron un comportamiento similar al de las actividades culturales, de acuerdo con los datos proporcionados por la Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013). Tanto el VAB como el PIB de estas actividades presentaron un crecimiento continuado, salvo en el año 2009. En el Gráfico 6.5 podemos observar que los valores del VAB y del PIB

tuvieron en 2000 un valor de 26.630 y 25.236 millones de euros respectivamente, siendo en 2010 de 37.775 y 35.813 millones de euros nominales. En este Gráfico, se muestra también la evolución de la aportación en porcentajes del VAB y del PIB de las actividades culturales vinculadas con la propiedad intelectual al PIB nacional, junto con el comportamiento en el crecimiento del propio PIB nacional durante el intervalo 2000-2009. A diferencia de lo que se observa en las actividades culturales (Gráfico 6.4), la serie en este caso fue marcadamente decreciente. En 2000, el VAB tuvo un crecimiento del 4,4%, mientras que 2011 sólo fue del 3,7%. De forma análoga, la tasa del crecimiento del PIB en 2000 fue del 4,2% del total y en 2010 bajó al 3,6%. Los valores medios fueron del 4,1% y del 3,9% respectivamente.

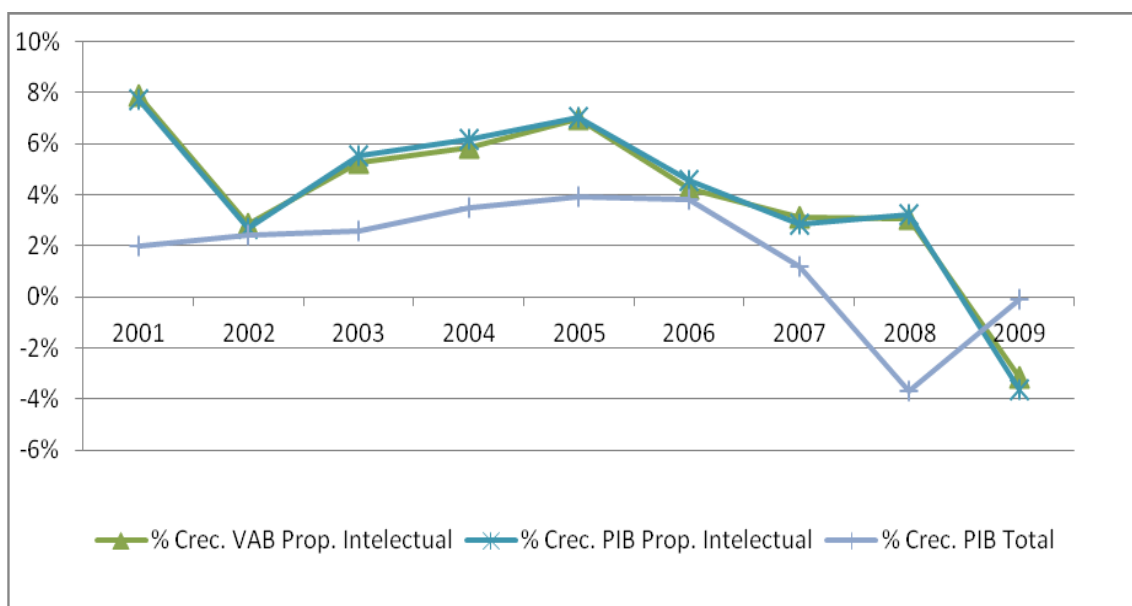
**Gráfico 6.5: Aportación de las Actividades vinculadas con la Propiedad Intelectual al PIB y al VAB período 2000-2009 (Millones de euros nominales)**



Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

El análisis de los crecimientos anuales del VAB y del PIB de las industrias culturales vinculadas a la propiedad intelectual, junto al del PIB nacional (Gráfico 6.6), muestran que el crecimiento medio anual fue del 4% en ambos casos, muy superior al 1,7% de crecimiento, que como ya se ha comentado, experimentó el PIB total nacional.

**Gráfico 6.6. Porcentajes de crecimiento anual del VAB y del PIB de las Actividades vinculadas con la Propiedad Intelectual y del PIB Total. Periodo 2000-2009 (%)**



Fuente: Elaboración propia con datos Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España (MUC, 2013).

En términos de otras variables económicas, García et al. (2009) profundizaron en el estudio económico de la industria cultural y del ocio en España, en un periodo anterior a 2003. Estos autores respecto a la definición de Industrias Culturales y Creativas de la UE, incluyen en este concepto los sectores: patrimonio histórico, política lingüística, juventud, actividades deportivas, actividades taurinas, parques recreativos,



ferias y salones y loterías y apuestas. Y excluyen los sectores: arquitectura, diseño, *software*, gestión de derechos, transporte y telecomunicaciones (García et al. 2009).

La Tabla 6.2 muestra el valor económico de las ventas, las exportaciones, las importaciones, el saldo de la sub-balanza de bienes y servicios, los asalariados, el número de empresas, y las empresas exportadoras e importadoras del sector en el periodo 2001-2003. El volumen de ventas en 2001 fue de 91.119 millones de euros, alcanzando en 2003 los 97.988 millones de euros (un 7,5% de incremento acumulado en los dos años). Es destacable igualmente que dentro de la Balanza de Pagos, la sub-balanza de bienes y servicios fue deficitaria. En 2001, su saldo fue de -4.452 millones de euros y en 2003 se redujo en un 2,8% hasta los -4.325 millones. Con relación al empleo, el sector generó 109.885 empleos en estos dos años (un 11% de crecimiento), representando un 7,8% del total de los asalariados del país. El número de empresas creció en 13.681 empresas en los 2 años (10% de incremento). Por último, otro factor destacable, el porcentaje de empresas que exportaban en el sector, aumentó levemente hasta el 6,8% del total de empresas.

**Tabla 6.2. Algunas Variables Económicas de la Industria Cultural y del Ocio en España (2001-2003)**

	2001	2002	2003
Ventas (Millones euros nominales)	91.119	94.510	97.988
Exportaciones (Millones euros nominales)	9.013	10.396	9.377
Importaciones (Millones euros nominales)	13.456	13.958	13.702
Saldo Balanza Comercial Bienes y Servicios. (Millones euros nominales)	-4.452	-3.562	-4.325
Asalariados Totales (número de personas)	992.339	1.081.834	1.102.224
Empresas (nº de empresas)	135.535	141.410	149.216
Empresas Importadoras (nº de empresas)	9.530	10.235	11.207
Empresas Exportadoras (nº de empresas)	9.064	9.613	10.150

Fuente: Elaboración propia con datos de García et al. (2009).

A nivel regional (Tabla 6.3), en dicho estudio se analizaron los valores de las variables VABpm, ventas, número de empresas y asalariados de las 14 principales Comunidades Autónomas respecto a los valores globales de España de esas mismas variables en el año 2003. Cabe destacar la concentración espacial que presentaba la Industria Cultural y el Ocio en nuestro país. Dos Comunidades Autónomas, Cataluña y la Comunidad de Madrid, acumularon juntas el 70,7% del VAB pm, el 74,9% del volumen de ventas, el 47,2% del número de empresas y el 61,1% del total de asalariados. Además la Comunidad de Madrid disfrutó de un claro liderazgo nacional, ya que con sus 12.825,3 millones de euros alcanzó el 44,2% del VAB pm total nacional, el 46,6% de las ventas, el 23,4% de las empresas y el 34,9% de los asalariados. En el tercer lugar nacional, pero a mucha distancia, se situó la Comunidad Valenciana, que aportó 1.884,7 millones de euros al VAB pm nacional (6,5%), 6.098,6 millones de euros

CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

a las ventas (6,2%), 16.900 empresas (11,3%) y 103.400 empleados (9,4%). Muy próxima se situó Andalucía, con 1.640,2 millones de euros de VABpm (5,7%), 5.207,3 millones de euros de ventas (5,3%), 21.900 empresas (14,7%) y 110.500 empleados (10,1%). Las cifras del resto de Comunidades Autónomas fueron muy inferiores a las de estas cuatro comunidades. En términos de participación en el VABpm de la industria cultural y de ocio, sus valores oscilaron entre el 3% de Castilla-León y el 0,3% de La Rioja.

**Tabla 6.3. Variables Económicas de la Industria Cultural y el Ocio por CC. AA. (2003)**

	VABpm 2003		Ventas 2003		Empresas 2003		Asalariados 2003	
	Millones €	% Total	Millones. €	% Total	Miles	% Total	Miles	% Total
Andalucía	1.640,2	5,7	5.207,30	5,3	21.9	14,7	110.5	10,1
Aragón	758,7	2,6	2.086,10	2,1	4.2	2,8	25.9	2,4
Asturias	342,3	1,2	856,4	0,9	3.3	2,2	18.3	1,7
Baleares	443,8	1,5	1.252,60	1,3	4.5	3,0	25.3	2,3
Cantabria	160,5	0,6	413,0	0,4	1.6	1,1	7.3	0,7
Castilla-León	871,0	3,0	1.988,10	2,0	7.1	4,7	34.2	3,1
Castilla-La Mancha	425,0	1,5	1.498,50	1,5	4.3	2,9	18.0	1,6
Cataluña	7.682,20	26,5	27.744,9	28,3	35.5	23,8	288.5	26,2
Extremadura	137,8	0,5	332,8	0,3	2.5	1,7	8.7	0,8
Galicia	724,2	2,5	2.427,50	2,5	7.7	5,2	40.6	3,7
Madrid	12.825,3	44,2	45.651,2	46,6	34.9	23,4	383.5	34,9
Murcia	409,5	1,4	1.059,80	1,1	3.5	2,3	20.4	1,9
Rioja	83,1	0,3	309,8	0,3	1.0	0,7	4.1	0,4
Com.Valenciana	1.884,70	6,5	6.098,50	6,2	16.9	11,3	103.4	9,4
Resto	n.d.	n.d.	1.061,60	1,1	146.9	0,1	n.d.	n.d.
España	29.337,9	100	97.988,1	100	149.21	100	1.108.884	100

Fuente: Elaboración propia con datos de García et al. (2009).

A modo de síntesis, cabe decir que el Flamenco forma parte de la Industria Cultural y Creativa de España. A nivel europeo (UE-27) nuestro país ocupa el quinto lugar, situándose por debajo de la media tanto en valor añadido como en empleo. Dentro de los distintos subsectores de la Industria Cultural española el Flamenco participa (de forma minoritaria) en artes escénicas, música grabada e interdisciplinar.

Las aportaciones al PIB de las actividades culturales y de las vinculadas a la propiedad intelectual han tenido un comportamiento de crecimiento continuado en la serie 2000-2009, sólo truncado en el año 2009 por la incidencia de la crisis económica. En este año, la aportación de la industria cultural al VAB fue del 2,9% y un 2,8% al PIB. Las tasas de crecimiento fueron superiores a las del PIB durante todo el periodo, salvo para este último año también. Esto induce a pensar en una elevada sensibilidad del sector a las variaciones en los niveles de renta.

Desde el punto de vista de la Contabilidad Nacional, los datos mostraron que la balanza comercial del sector fue deficitaria respecto al exterior, para el período 2001-2003. El desglose regional mostró un destacado liderazgo de la Comunidad de Madrid en VAB, ventas y asalariados. Cataluña ocupó la segunda posición en estas tres variables, y la primera posición en el número de empresas. Andalucía se posicionó en cuarta posición en VAB y ventas, y en tercera en número de empresas y asalariados.

## 6.4. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL FLAMENCO

### 6.4.1 Introducción

Para abordar el análisis económico del mercado del Flamenco, se procede a través del estudio de tres apartados.

En primer lugar, se analizan los distintos sectores económicos que forman la industria del Flamenco. En todos los sectores en los que los datos lo permiten, el análisis diferencia entre oferta y demanda. La industria del Flamenco es multisectorial y dentro de la misma se encuentran sectores económicos especializados, para los que el Flamenco es una parte importante o incluso mayoritaria en su volumen de negocio: textil, calzado, espectáculos, instrumentos musicales, docencia y complementos textiles y no textiles; y otros sectores no especializados, pero para los que el Flamenco es un complemento económico más o menos importante: audiovisual, editorial y turismo. Además la inexistencia de epígrafes específicos en la CNAE (la CNAE es la Clasificación Nacional de Actividades Económicas y asigna un código a cada actividad económica de las que se pueden realizar. Generalmente este código, que suele ser de 5 dígitos, se utiliza en muchos formularios e impresos, tanto oficiales como a nivel de empresa. CNAE, 2013), para la industria del Flamenco dentro de los cuadros estadísticos elaboradas por el INE (Instituto Nacional de Estadística), o por el IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía), en cada uno de los sectores en los que el Flamenco está presente (incluso para los dedicados exclusivamente a este mercado), imposibilita obtener datos desagregados de los epígrafes estadísticos genéricos, en donde se suman con los registros de otros muchos mercados. Asimismo,

la economía informal, ampliamente implantada en todos los sectores que nutren al Flamenco (Castillo-Manzano et al. 2005), complica aún más la tarea de una evaluación económica cercana a la realidad. Por tanto, elaborar una cuantificación directa real del volumen de negocio del Flamenco a nivel nacional e/o internacional es una tarea inviable al día de hoy. En este trabajo se realiza una estimación *grosso modo* de su valoración económica, con la intención de crear una aproximación al volumen de negocio del Flamenco, que permita tener una primera visión de su importancia económica.

Uno de los pocos estudios económicos parciales realizados hasta la fecha, fue el análisis sectorial patrocinado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía en 2004: “La demanda de Turismo de Flamenco en Andalucía”. Fue elaborado por el ente de derecho público Turismo Andaluz, a través del Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA, 2004). Este informe analizaba, por el método de encuestas, tanto la demanda global turística del Flamenco, como la específica de peñas y tablaos, y la de academias y festivales. Finalizando con un análisis del mayor festival de Flamenco a nivel mundial: la Bienal de Flamenco de Sevilla (edición de 2004). Existen además diversos estudios parciales del impacto de la Bienal de Flamenco de Sevilla en los años 2006 y 2008, encuadrados dentro del llamado turismo de eventos (Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía, 2006, 2008). Por otro lado, cabe también citar el informe titulado “Análisis económico y prospectiva del sector de la moda de Sevilla” (Castillo-Manzano et al. 2005) en el que se dedica un apartado al sector de la moda flamenca.

Sirvan estas líneas como llamada de atención sobre la escasez de datos económicos oficiales sobre el Flamenco, y la ausencia de una planificación sobre las líneas de investigación más adecuadas, que permitan una mejor valoración económica del Flamenco. Una cuantificación adecuada, posibilitaría planificar y aplicar estímulos de política económica al sector, que resultasen eficientes y productivos.

En segundo lugar se analiza la promoción del Flamenco, es decir, los medios de divulgación que utiliza el Flamenco para darse a conocer y expandirse: festivales y peñas fundamentalmente.

Por último, se estudia el Flamenco fuera de España. En qué países del exterior está presente el Flamenco y de qué formas se manifiesta más allá de nuestras fronteras.

### **6.4.2 La industria del Flamenco**

Desde el punto de vista de producto, la industria del Flamenco está conformada por un amplio abanico de bienes y servicios, agrupados en diferentes sectores, los cuales se complementan y entrelazan entre sí hasta configurar el mercado global del Flamenco. Se pueden distinguir nueve sectores conectados con el Flamenco: textil, calzado, complementos, instrumentos musicales, audiovisual, revistas y libros, espectáculos, docencia y turismo. De estos nueve sectores, textil, calzado y complementos componen la denominada moda flamenca (el estudio “Análisis económico y prospectiva del sector de la moda de Sevilla”, Castillo-Manzano et al. 2005, incluyó las castañuelas dentro del grupo de los complementos, en la valoración que realizó del sector de la moda flamenca para la provincia de Sevilla).

### 6.4.2.1. Moda Flamenca

#### 6.4.2.1.1. Textil

El sector textil es uno de los componentes junto al calzado especializado y los complementos de la llamada moda flamenca. Una peculiaridad del ramo textil es la co-fabricación más o menos reconocida y especializada, de dos productos diferentes, aunque estéticamente parecidos y por tanto habitualmente confundidos por los no entendidos en Flamenco: el traje de flamenca y el vestuario para el Flamenco. Ambos productos integran el grueso de los productos del llamado sector textil, en el que la mayoría de las empresas que lo forman sólo fabrican trajes de flamenca.

El traje de flamenca es el vestido regional andaluz. De una sola pieza (traje) o de dos (falda más *top* o corpiño). Es utilizado en toda Andalucía y parte de Extremadura en ferias y romerías. Posee la originalidad, a nivel mundial, de evolucionar año a año bajo la influencia de la moda convencional, existiendo sus propias pasarelas de moda flamenca (la más conocida y antigua es SIMOF, Salón Internacional de la Moda Flamenca, que nació en Sevilla en 1994 y se celebra en la actualidad de forma anual, a finales de enero en el palacio de congresos de FIBES).

Se puede por tanto hablar de una “moda flamenca” por temporada. Esta característica ha servido para enriquecer, vitalizar, evolucionar y multiplicar la popularidad del traje de flamenca y por ende ampliar la industria artesanal del sector, permitiendo incluso la aparición de la producción industrial del mismo.



El traje de flamenca además sabe adaptarse a las necesidades específicas de las tradicionales romerías de Andalucía, donde las exigencias del uso (menor peso, para una mayor movilidad y comodidad) lo han hecho evolucionar hasta la falda y la bata rocieras (tomando el nombre de la principal y más reconocida romería de Andalucía: la de la Virgen del Rocío). La demanda de productos textiles para ferias y romerías presenta una fuerte estacionalidad. Concentra toda su actividad comercial en los meses que van desde Abril hasta Octubre, período en el que se producen todas las ferias y romerías andaluzas. Debe mencionarse la peculiaridad de que las fechas de celebración de las ferias en Andalucía están ordenadas cronológicamente según permiso de solicitud. Es decir, guardan el orden de prelación que otorga la antigüedad de concesión de la autorización real para su celebración como feria de ganado. Por ello, la primera feria del año en Andalucía es la de Mairena del Alcor, pedanía a la que el rey Juan II de Castilla le concedió ese derecho en 1441. Le sigue a continuación, una semana después, la feria de Sevilla (autorizada por Isabel II en 1847), que aunque no es la segunda más antigua de la provincia, aprovechó las dos semanas de separación existentes con la que sí lo era, la feria de Sanlúcar la Mayor (restituida por Fernando IV en 1828). Las fechas de celebración no son fijas debido a motivos religiosos, al no poder coincidir las ferias y romerías con la Semana Santa (cuya conmemoración varía año a año según las fases lunares). Simultáneamente, algunas de estas empresas fabrican el vestuario empleado para la monta vaquera a caballo. Monta a caballo que se practica tanto en las ferias como en las romerías y que de forma tradicional requiere como vestuario principal, un traje de amazona (señora) o un traje de corto (caballero).

El vestuario para el Flamenco presenta muchas y profundas diferencias con el traje de flamenca. Al tratarse de una indumentaria para la danza, el diseño final difiere

completamente del diseño del traje de flamenca. En la ropa para practicar Flamenco, los talles no deben ser excesivamente bajos (justo lo contrario que en el traje de flamenca, en donde se bajan para realzar las formas de las caderas femeninas), para permitir la movilidad de piernas de la bailaora. Los largos deben posibilitar, al menos, la visualización del zapato completo (en el traje de flamenca suele ser hasta cerca del suelo). Los volantes de las mangas no pueden ser de gran tamaño (para no restar visibilidad de la cara de la bailaora), deben estar por encima del codo y con una cuña de tejido en la sisa (para posibilitar el máximo levantamiento de los brazos al bailar). Los adornos deben ser comedidos (para contener el peso) y los tejidos correosos y ligeros.

El listado de productos femeninos utilizados como ropa de baile es amplio. Abarca desde las faldas básicas de tejido de punto para principiantes, hasta las sofisticadas y exuberantes batas y faldas de cola de escenario para actuaciones. En medio encontramos conjuntos de faldas con tops y corpiños y las batas de baile de cuerpo entero. En caballero, no hay una norma estándar generalizada. Lo más habitual suele ser un pantalón de baile de tiro alto, acompañado de una camisa (generalmente oscura, aunque puede ser blanca), que en ocasiones está adornada con tiras bordadas cosidas e incluso con chorreras. Algunos bailaores se acompañan también de una chaqueta de caballero de color oscuro y no cruzada. Otros en cambio prefieren un chalequillo ajustado. La corbata también puede estar incluida dentro del vestuario del *bailaor* Flamenco.

Este sector cuenta con Ferias especializadas en Andalucía. Como ya se ha comentado, la más antigua y conocida es SIMOF, que en 2014 celebró su vigésima

edición en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES), con un total de 43 diseñadores y 32 pasarelas.

No existen estudios recientes que reflejen la realidad de la comercialización de los productos del Flamenco. El más actual y exclusivamente para los fabricantes de moda flamenca de Sevilla fue el elaborado a instancias del Ayuntamiento de Sevilla por el Instituto de Marketing y Comunicación en 2001, con el nombre de “Diagnóstico del Sector de la Moda Flamenca sevillano”, bajo el formato de encuesta (400 entrevistas) (Instituto de Marketing y Comunicación, 2001). En este informe se diagnosticó que el 60% del mercado del traje de flamenca en Sevilla se obtenía en el mercado irregular o economía sumergida. En concreto un 45% era suministrado por modistas no declaradas y un 15% por la auto-confección.

Con relación a la producción legal, estimaban en el mismo informe que el desglose de su distribución era el siguiente:

- Talleres 31%
- Mayoristas 28%
- Tiendas generalistas: 22%
- Agentes comisionistas 19%.

Estas cifras son claramente cuestionables hoy en día. De un lado, porque la distribución comercial del sector ha experimentado una fuerte transformación en la última década. El cambio más importante ha sido la reducción de longitud en el canal de distribución, con la utilización casi general por parte de los fabricantes de moda

flamenca e incluso de algunos de los complementos, del canal de la tienda propia. En simultáneo, en la década pasada ha surgido a nivel mundial el fenómeno de internet, que constituye un potente medio de distribución directa, que ha permitido en muchos mercados reducir la longitud de distribución sustancialmente. Este canal posibilita establecer una relación directa entre productor y cliente final. A nivel nacional el 11% del total de las empresas nacionales vendieron por internet en 2011 (Tomás, 2012). Siendo éste el único medio de comercialización que en la última década ha continuado creciendo año a año, a pesar de la crisis económica. En concreto, en España, en el período 2008 a 2011, el número de personas que compraron por internet, ha pasado de 6,75 millones a 9,43 millones, lo que supuso un incremento superior al 40%. En Andalucía, este crecimiento fue del 53%, al pasar de 0,87 a 1,33 millones en dicho período (Tomás, 2012).

Por otra parte, es sensación generalizada dentro de los empresarios que abastecen los diferentes subsectores de la moda flamenca, que la profunda crisis económica que arrancó en 2007, ha incrementado notablemente, la parte de mercado suministrada por la economía no formal (talleres no declarados y autoconsumo).

Este sector cuenta con un total de cuatro asociaciones empresariales:

- ADEMOS (Asociación de Diseñadores Empresarios de Moda de Sevilla)
- MOF&ART (Asociación de Diseñadores y Moda y Artesanía Flamenca de Andalucía).
- ADEMA (Asociación Diseñadores Empresarios de Moda de Andalucía).

Actualmente (agosto de 2013), son 76 empresas del textil moda de toda la

Comunidad Autónoma, dedicadas al *Prêt à Porter*, a la costura, a la moda infantil y a la piel y complementos. Por provincias, de Sevilla son 50 de estas empresas, 6 de Málaga, 6 de Cádiz, 6 de Córdoba, 3 de Huelva, 2 de Granada, 2 de Jaén y 1 de Almería.

- AECON (Asociación Empresarios de la Confección). Se fundó en 1977 para la defensa de los intereses de las empresas del sector textil confección. Tienen representación en las juntas directivas de: Confederación Empresarial Sevillana (CES), Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Federación Española de Empresas de Confección (FEDECON) y a través de esta última a la CEOE, así como una vocalía en el Pleno de la Cámara de Comercio. En la actualidad son 71 miembros.

#### **6.4.2.1.2. Calzado**

En el baile Flamenco, el zapato femenino utilizado exclusivamente para su práctica es el zapato de tacón con puntas en empeine y tacón. La calidad del material dependerá del carácter amateur o profesional del uso y del presupuesto disponible. El color mayoritario es el negro, aunque también se utilizan el rojo y los colores tostados.

En caballero se emplea el zapato y el botín, con puntas también en empeine y tacón y habitualmente en negro.

El sector cuenta con una asociación empresarial: APICAL (Asociación provincial industriales del calzado y del mueble de Huelva). Nació en 1978 y cuenta con 25 asociados en la actualidad.

#### 6.4.2.1.3. Complementos

Puede realizarse una distinción entre complementos textiles y no textiles. Entre los complementos textiles, cabe incluir todos aquellos productos utilizados para ponerse acompañando a la bata o al *top* y que comprenden una amplia gama de posibilidades. Entre estos productos podemos citar: los mantones bordados y sin bordar (ambos con flecos), los mantoncillos con forma de pico o rectangular y flecos y por último las bandas y ponchos con flecos. Mención aparte tienen el sombrero de ala ancha, que suele usarse en el baile del garrotín, y los abanicos y los pericones (el pericón es un tipo de abanico. Se diferencia por el tamaño y el uso. El abanico tiene de 19 a 23 cm. de largo. El pericón suele alcanzar los 32 cm. de largo y se emplea en el baile de ciertos palos de Flamenco).

En el apartado de los complementos no textiles, se incluyen tanto los adornos para la cabeza, tales como flores, peinetas y peinecillos, así como el resto de adornos utilizados habitualmente para completar el adorno de la cabeza y el cuello de las flamencas y por mimetismo de las bailaoras. Entre ellos, collares, pendientes, pulseras y broches.

Dado que en algunos estudios (Castillo-Manzano et al. 2005) se incluyen las castañuelas como un componente de la moda flamenca, se procede a su introducción dentro de este sector, aunque más estrictamente se podría entender también que pertenecen al sector de los instrumentos musicales. En Sevilla se localiza la mayor parte de la producción nacional de castañuelas (además existe un fabricante en Aldaya, Valencia). La historia de este instrumento está conectada directamente a la familia sevillana apedillada Vela. El artesano Manuel Vela, creador de la marca Filigrana

incorporó en los años cuarenta del s. XX la fibra de vidrio como materia prima para la fabricación de las castañuelas, lo que le imprimió una sonoridad única y una mayor durabilidad al producto. Hoy en día la marca Filigrana continúa su labor a través de la tercera generación familiar, representada en Lucía Vela. Un hijo de Manuel Vela, José Vela, creó en 1978 su propia empresa: Castañuelas del Sur.

#### **6.4.2.1.4. Estimación del valor económico de la moda flamenca**

Para realizar una valoración del impacto económico del sector de la moda flamenca, que como ya se ha comentado comprende los subsectores textil, calzado, complementos y castañuelas, cabe tener en cuenta los resultados mostrados en el informe de Castillo-Manzano et al. (2005) sobre el sector de la moda de Sevilla. Aun cuando el objeto principal del estudio fue el sector global de la moda en esta provincia, poseía un apartado sobre la moda flamenca en Sevilla (textil, calzado y complementos). En el estudio se definieron tres tipos de efectos económicos para el sector de la moda flamenca en Sevilla, basándose en el llamado *método de los efectos*:

- 1) Efecto directo. Actividad económica registrada en la industria de la moda flamenca. Los datos se obtienen directamente de los proporcionados por las empresas vía encuestas.
- 2) Efecto indirecto. Actividad generada por la adquisición de los *inputs* necesarios para la industria de la moda flamenca y provenientes de empresas situadas en la provincia de Sevilla. Se obtiene con un modelo *input-output*.

- 3) Efecto inducido. Actividad económica provocada por el consumo privado efectuado por los trabajadores de la industria de la moda flamenca y el de los trabajadores de las empresas del efecto indirecto, materializados en la provincia de Sevilla. Obtenido también con un modelo *input-output*.

La suma de estos tres efectos: directo, indirecto e inducido, conformaron el efecto total.

En la Tabla 6.4 se representan los resultados desagregados de los 3 efectos y la suma total de los mismos, en número de empleos, gastos de personal, ventas, E.B.E. (Excedente Bruto de Explotación o Rentas Mixtas) e impuestos.

**Tabla 6.4. Impacto de la moda flamenca en la provincia de Sevilla (2002)**

Efectos	Nº Empleos	Gastos de personal (1)	Ventas (1)	E.B.E. (1)	Impuestos (1)
<b>EFECTO DIRECTO</b>	409,50	4.668.674,32	14.715.088,44	1.013.054,16	877.362,41
<b>EFECTO INDIRECTO</b>	63,35	883.812,73	4.453.167,04	953.754,91	326.873,45
<b>EFECTO INDUCIDO</b>	63,37	793.078,77	3.624.962,93	1.136.824,89	282.861,90
<b>TOTAL</b>	<b>536,22</b>	<b>6.345.565,82</b>	<b>22.793.218,42</b>	<b>3.103.633,95</b>	<b>1.487.097,75</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Castillo-Manzano et al. (2005).

(1) Euros de 2002. EBE= Excedente Bruto de Explotación o Rentas Mixtas.



De los datos se concluye que el sector de la moda flamenca tenía una fuerte influencia dentro del sector de la moda en Sevilla, ya que absorbía el 61,6% del empleo, el 42,4% de los gastos de personal y el 31,7% de las ventas. No obstante los valores de los efectos indirectos e inducidos indicaban que una buena parte de las compras de materias primas del sector se realizaba fuera de la provincia. Por tanto podemos cifrar que en 2002 el impacto de la moda flamenca en la provincia de Sevilla fue de 22,793 millones de euros.

Para poder realizar una extrapolación *a grosso modo* de estos datos al total andaluz, resulta necesario conocer la composición y distribución de las empresas vinculadas a la industria de la moda flamenca. Las empresas relacionadas con la moda flamenca pueden dividirse en tres grandes apartados:

- Textil. Todas las empresas que confeccionan trajes de flamenca, trajes de monta vaquera o vestuario para el Flamenco.
- Complementos. Pueden ser textiles o no textiles y abarca todos los artículos de adorno, mayoritariamente en la cabeza, que se pueden utilizar con la moda flamenca. Por falta del desglose necesario en la fuente de información, se han incluido aquí también las castañuelas.
- Zapatos. Fabricantes de zapatos tanto para flamenca como para Flamenco.

En España se contabilizaban en 2013 un total de 211 empresas (DEFLAMENCO, 2013). De ellas 124 estaban relacionadas con textil, 67 con complementos y 20 de zapatos Por Comunidades .Autónomas, la Tabla 6.5 muestra que Andalucía concentraba claramente el grueso de casi todas las industrias relacionadas

con el mundo de la moda flamenca. En textil, con 114 fabricantes suponía el 92% del total del país. En complementos aglutinaba al 93%, con sus 62 fabricantes y en zapatos con 6, el 30%. Del resto de Comunidades Autónomas, destacaban: la Comunidad de Madrid, que tenía 7 fabricantes de textil (6%), 1 de complementos (1%) y 10 de calzado (50%), la Comunidad Valenciana, con 1 fabricante de textil (1%), 3 de complementos (4%) y 3 de zapatos (15%). La última comunidad autónoma con presencia en los tres sectores fue Cataluña, con 2 fabricantes de textil (2%), 1 de complementos (1%) y 1 de calzado (5%).

**Tabla 6.5. Empresas de España vinculadas al sector de la moda flamenca**

	Textil		Complementos		Zapatos	
	Número	% Total	Número	% Total	Número	% Total
Andalucía	114	92%	62	93%	6	30%
Aragón	0	0%	0	0%	0	0%
Asturias (Pr. de)	0	0%	0	0%	0	0%
Balears (Illes)	0	0%	0	0%	0	0%
Canarias	0	0%	0	0%	0	0%
Cantabria	0	0%	0	0%	0	0%
Castilla - La Mancha	0	0%	0	0%	0	0%
Castilla y León	0	0%	0	0%	0	0%
Cataluña	2	2%	1	1%	1	5%
C. Valenciana	1	1%	3	4%	3	15%
Extremadura	0	0%	0	0%	0	0%
Galicia	0	0%	0	0%	0	0%
Madrid (C. de)	7	6%	1	1%	10	50%
Murcia (Región de)	0	0%	0	0%	0	0%
Navarra (C. Foral de)	0	0%	0	0%	0	0%
País Vasco	0	0%	0	0%	0	0%
Rioja (La)	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	124	100%	67	100%	20	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

Dentro de Andalucía, se producía a su vez una fuerte concentración de estas empresas. La Tabla 6.6 muestra que Sevilla, fue la única con actividad en los tres epígrafes de la tabla, llegando a concentrar en algunos de ellos el 65% (74 fabricantes de textil) o incluso el 89% (55 fabricantes de complementos). Le siguió Huelva, que

alcanzó el 50% de los fabricantes de zapatos relacionados con el Flamenco en la región. Málaga, aunque carecía de fabricantes de complementos, poseía el 33% de los de zapatos.

**Tabla 6.6. Empresas de Andalucía vinculadas al sector de la moda flamenca**

	Moda Flamenca		Complementos		Zapatos	
	Número	% Total	Número	% Total	Número	% Total
Huelva	13	11%	2	3%	3	50%
Cádiz	9	8%	1	2%	0	0%
Sevilla	74	65%	55	89%	1	17%
Málaga	8	7%	0	0%	2	33%
Córdoba	6	5%	1	2%	0	0%
Jaén	2	2%	1	2%	0	0%
Granada	2	2%	1	2%	0	0%
Almería	0	0%	1	2%	0	0%
Total	114	100%	62	100%	6	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO, 2013.

Dado que Sevilla acumulaba el 71,43% de las empresas de la moda flamenca (130 empresas sobre un total de 182), extrapolarlo las cifras de los 14,715 millones de euros de efecto directo (volumen de ventas), y los 22,793 millones de euros obtenidos de efecto total, calculados para la provincia de Sevilla en euros de 2002 (Castillo-Manzano et al. 2005), se obtienen unas cifras para Andalucía de 20,601 millones de euros de efecto directo y de 31,910 millones de euros de 2002 de efecto total. Aplicando el mismo procedimiento para obtener una valoración nacional, dado que Andalucía

acumula el 86,26% de las empresas de moda flamenca a nivel nacional, se estiman unas cifras de 23,882 millones de euros de 2002 de efecto directo (esta cifra equivale a 28,680 millones de euros de 2009<sup>8</sup>) y de 36,993 millones de euros de efecto total (que equivalen a 44,42 millones de euros de 2009<sup>9</sup>) para el sector de la moda flamenca en España. Este resultado no difiere en exceso del aportado por el “Estudio económico sobre la importancia del flamenco en las industrias culturales de Andalucía” (Ruiz y Pérez, 2011), que para 2009 asignaba a los sectores que conforman la moda flamenca y la artesanía un volumen de negocio de 35 millones de euros, dado que esta valoración económica se refiere estrictamente al efecto directo, aunque el estudio no desglosaba los sectores o mercados incluidos en cada uno de estos dos conceptos.

En este estudio se utilizará para la cuantificación económica de la moda flamenca el dato elaborado en este trabajo, que está calculado respecto al efecto total (44,42 millones reales de 2009).

#### **6.4.2.2. Instrumentos musicales**

Lo componen dos productos principales: guitarra flamenca y cajones. Aunque con las nuevas tendencias del Flamenco se han incorporado otros instrumentos clásicos como el piano, el violín o el contrabajo. En la Tabla 6.7 se recogen los *luthiers* fabricantes de guitarras a nivel nacional.

---

<sup>8</sup> Serie inflacionada según el IPC elaborado por el INE (INE, 2013a).

<sup>9</sup> Serie inflacionada según el IPC elaborado por el INE (INE, 2013a).

**Tabla 6.7. Fabricantes de guitarras en España**

	<b>Luthiers Guitarreros</b>	
	<b>Número</b>	<b>% Total</b>
Andalucía	40	48%
Aragón	0	0%
Asturias (Pr. de)	0	0%
Balears (Illes)	0	0%
Canarias	0	0%
Cantabria	0	0%
Castilla - La Mancha	2	2%
Castilla y León	2	2%
Cataluña	8	10%
C. Valenciana	13	15%
Extremadura	0	0%
Galicia	0	0%
Madrid (C. de)	18	21%
Murcia (Región de)	1	1%
Navarra (C. Foral de)	0	0%
País Vasco	0	0%
Rioja (La)	0	0%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

Andalucía con 40, suma prácticamente la mitad de los fabricantes nacionales (48%), le sigue la Comunidad de Madrid con 18 (21%), la Comunidad Valenciana con 13 (15%) y Cataluña con 8 (10%).

Hay *luthiers* fabricantes de guitarras en todas las provincias andaluzas salvo en Huelva. El desglose para la Comunidad Autónoma Andaluza (Tabla 6.8), muestra que Granada concentra 21 fabricantes (53% del total andaluz), Sevilla 5 (13%), Córdoba 4 (10%), Cádiz y Jaén cuentan ambas con 3 (8%) y por último Almería tiene 1 fabricante (3%). No existen datos publicados que permitan una valoración económica fiable del sector de los fabricantes de guitarras en España.

**Tabla 6.8. Fabricantes de guitarras en Andalucía**

	<b>Luthiers Guitarreros</b>	
	<b>Número</b>	<b>% Total</b>
Huelva	0	0%
Cádiz	3	8%
Sevilla	5	13%
Málaga	3	8%
Córdoba	4	10%
Jaén	3	8%
Granada	21	53%
Almería	1	3%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

El último de los instrumentos incorporados al Flamenco es el cajón. Su procedencia original es de Perú y es utilizado también en el jazz y en la música latina.

En el Flamenco fue introducido por figuras como el recientemente fallecido Paco de Lucía o Rubem Dantas (Calado, 2007).

#### **6.4.2.3. Audiovisual**

Los productos audiovisuales engloban cualquier tipo de material audiovisual que reproduzca sonido o imagen de contenido Flamenco: discos, CDs, vídeos, DVDs, archivos digitales...

En 2009, basándose en los datos de ventas globales de CDs aportados por la SGAE (Sociedad General de Autores y Editores, 2013) de la artes escénicas, se estima que se vendieron 20 millones de euros a nivel nacional relacionados con el Flamenco; de los cuales 8 millones provinieron de Andalucía (Ruiz y Pérez, 2011). Esta cifra ha experimentado una apreciable reducción a lo largo de la primera década del s. XXI, ya que en 2000 se estimaba una facturación de 33,95 millones de euros, que en 2004 ya era sólo de 23,09 millones de euros (Calado, 2007).

#### **6.4.2.4. Revistas y libros**

Existen en la actualidad aproximadamente unas 29 revistas especializadas en Flamenco por el mundo. De las cuales, 24 se editan en España, 3 en América del Sur y 2 en Japón. La mayoría de ellas ya sólo editan en versión digital, aunque algunas, (las más antiguas) simultanean aún la edición impresa (con tiradas reducidas) con la digital. En Japón existe desde 1994 la revista Paseo, fundada y presidida por Kyoko Shikaze. Esta



revista en 1992, el año más internacional de España, llegó a facturar 2,6 millones de euros (Calado, 2007). En Japón existe incluso una revista digital e impresa de carácter gratuito (Farruca) (DEFLAMENCO, 2013).

El Flamenco es para el sector editorial español un mercado marginal. Destacan a nivel nacional, la editorial Almuzara, con un total de 12 obras editadas sobre Flamenco y la editorial Planeta con 8. A nivel local, la editorial Signatura Ediciones tiene editadas 25 obras sobre Flamenco.

La carencia de datos directos o indirectos impide una valoración económica de este sector. No obstante dada su escasa relevancia, el obviar esta cifra de negocio no va a provocar ninguna carencia significativa en nuestra valoración.

#### **6.4.2.5. Espectáculos**

Este sector lo componen los festivales, los espectáculos y actuaciones periódicas organizados por las peñas flamencas y el teatro Flamenco.

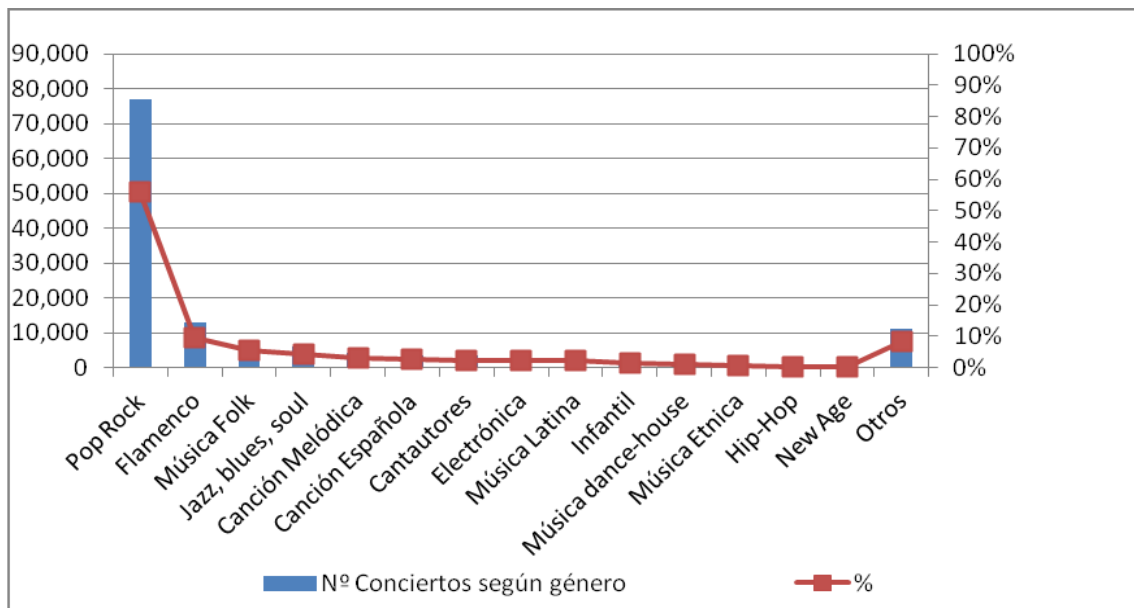
El teatro Flamenco surgió en la década de los sesenta del s. XX, cuando se produjeron una serie de experiencias de espectáculos flamencos encuadrables en la disciplina de la denominada danza-teatro. El primer antecedente fue en 1963 con la “Antología Dramática del Flamenco”, con la que Manuela Vargas ganó el Premio Internacional de Danza del Teatro de las Naciones de París. En 1965 se estrenó “Don Juan” de Alfredo Mañas. En 1972 surgió “Quejío” de Salvador Távora. Este actor y director teatral sevillano, fundó en Sevilla la compañía La Cuadra, la cual, desde 1972

ha desarrollado este género, con actuaciones nacionales y giras internacionales por todo el mundo (Cantero y Hernández, 2009).

En el “Estudio económico sobre la importancia del flamenco en las industrias culturales de Andalucía” de los profesores José Ruiz Navarro y Ángel Pérez González, de la Universidad de Cádiz, se realiza un amplio estudio cuantitativo sobre la importancia cuantitativa y cualitativa del Flamenco dentro del total de los espectáculos celebrados en nuestro país, utilizando datos de la SGAE de las Artes Escénicas de 2010 (Ruiz y Pérez, 2011).

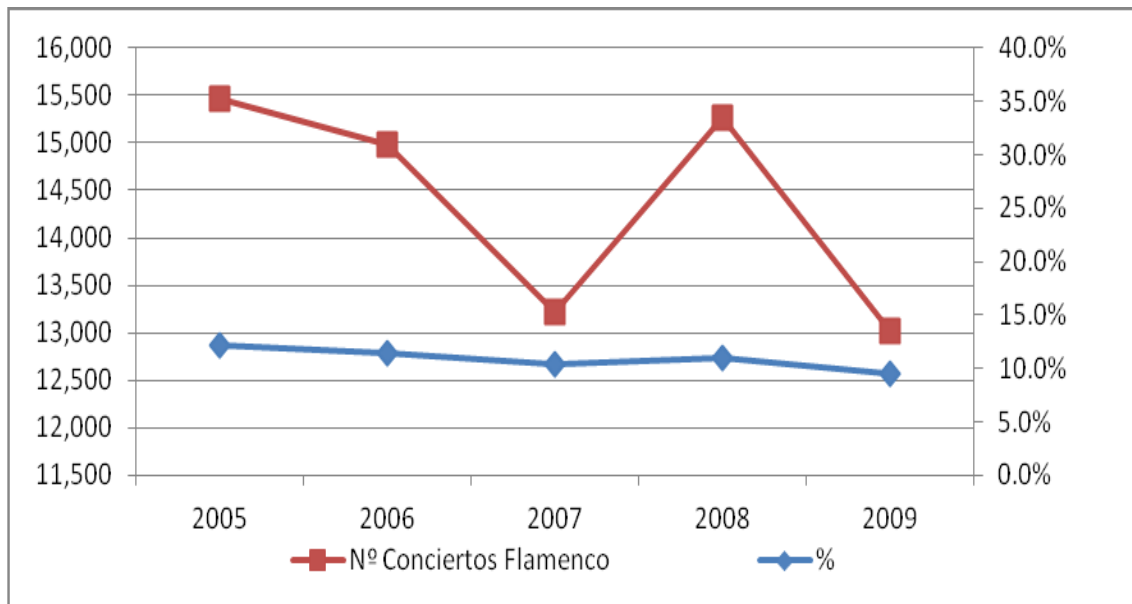
En el Gráfico 6.7 se refleja por géneros los distintos conciertos celebrados en España durante el año 2009 y la importancia relativa de los mismos. En estos datos no están incluidos los espectáculos del Festival de Jerez ni los de la Bienal de Sevilla, que son analizados posteriormente. Descontada la mayoría abrumadora conformada por los conciertos de pop y rock, con 76.757 espectáculos (56% del total), el Flamenco disfrutaba de la segunda posición en número de representaciones con un total de 13.069 en el año 2009 (10%). El tercer lugar lo ocupaba la música Folk con 7.461 conciertos (5%).

**Gráfico 6.7. Número de conciertos de música popular según género (2009)**



Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

La evolución en el número de conciertos de Flamenco en el período 2005-2009 (Gráfico 6.8) mostraba una tendencia decreciente (de 15.457 a 13.016), salvo la subida puntual del número de espectáculos de 2008. En términos relativos, la evolución de los conciertos de Flamenco sobre el total nacional (Gráfico 6.8), fue de paulatina caída, pasando del 12,2% en 2005 al 9,5% en 2009.

**Gráfico 6.8. Evolución número conciertos de Flamenco y porcentaje relativo sobre total nacional (2005-2009)**

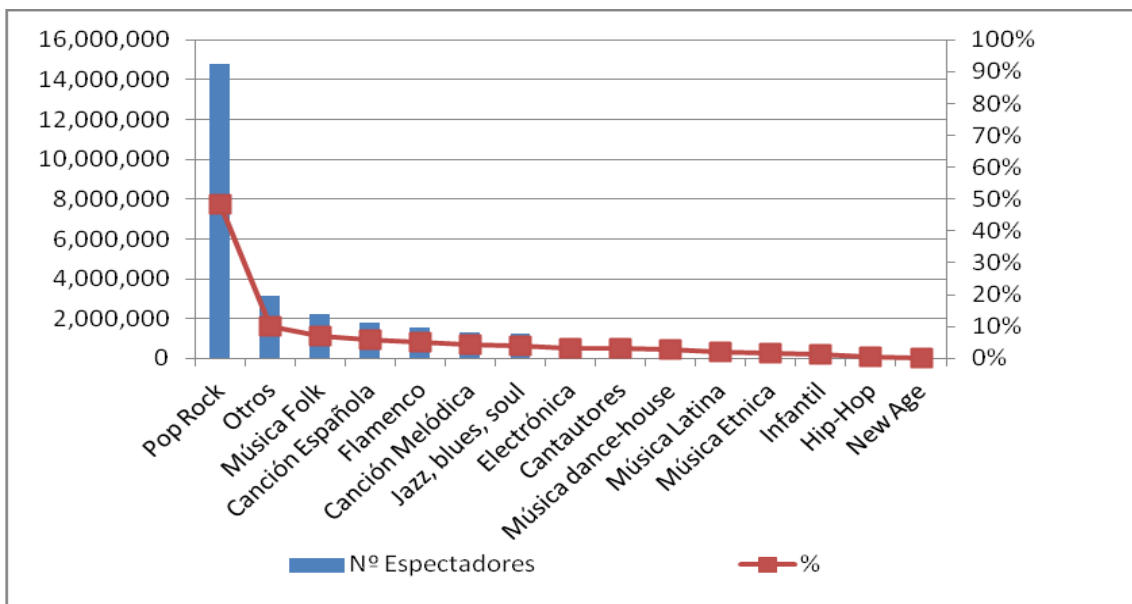
Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

Si se desglosan los 13.016 conciertos de Flamenco a nivel nacional de 2009 por Comunidades Autónomas, sobresalió Andalucía con 6.153 conciertos (46% del total nacional), seguidamente destacó Madrid con 4.583 conciertos, es decir, el 35% del total. En tercera posición se situó Cataluña, con 1.310 conciertos, un 10% de los conciertos de Flamenco celebrados ese año en España. Resulta llamativa la antagónica evolución del número de conciertos de Flamenco en Andalucía y en Madrid en el período 2005-2009. La serie fue claramente decreciente para el caso de Andalucía, de los 8.812 conciertos celebrados en 2005, se pasó a 6.153 en 2009. Es decir, se produjo una caída del 30% en el lustro. En cambio en Madrid se experimentó un crecimiento del 45%, al pasar de los 3.163 conciertos en 2005 a los 4.583 en 2009. En relación al peso relativo en número de conciertos de estas dos Comunidades Autónomas respecto al total nacional, se observó

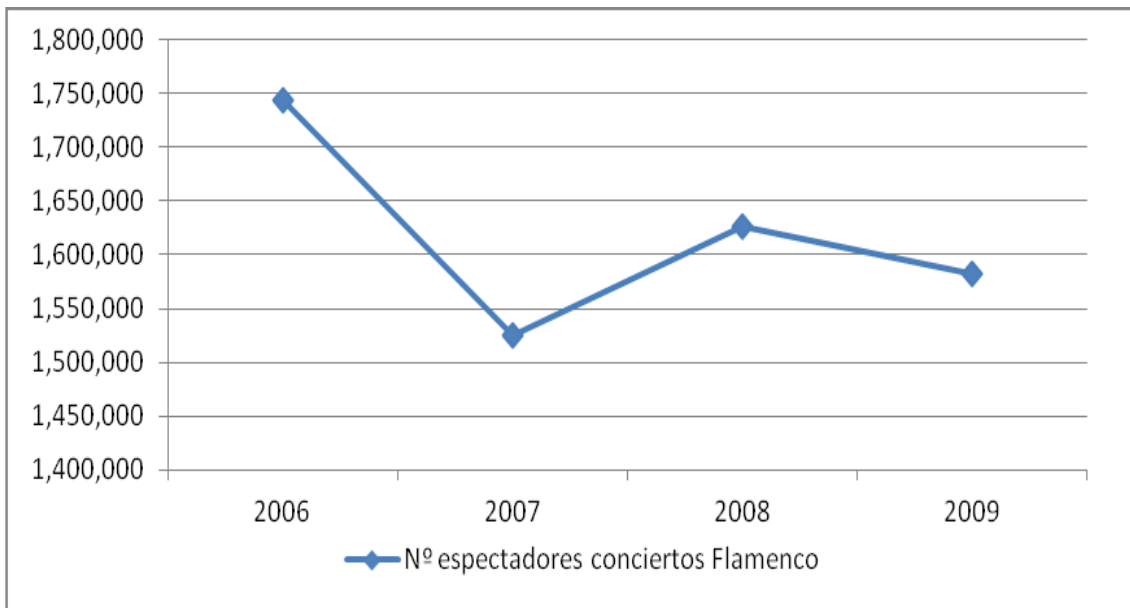
también un comportamiento contrario, Andalucía ha mantenido una tendencia decreciente, al pasar del 57% (2005) al 47% (2009), mientras que en Madrid se pasó del 20% al 35% del total de los espectáculos de Flamenco de España en 2009.

En términos de espectadores de espectáculos de música popular en nuestro país, en 2009 el Flamenco figuró en quinto lugar con 1,583 millones de espectadores, es decir un 5% del total nacional. El género pop-rock absorbió con sus 14,8 millones de espectadores el 48% del total de los espectadores de espectáculos del país (Gráfico 6.9). La evolución del número de espectadores de Flamenco de 2006 a 2009 fue claramente decreciente, habiéndose perdido más de 161.000 espectadores (un 9%) en estos cuatro años (Gráfico 6.10).

**Gráfico 6.9. Número de espectadores y Porcentaje relativo de la música popular según género (2009)**



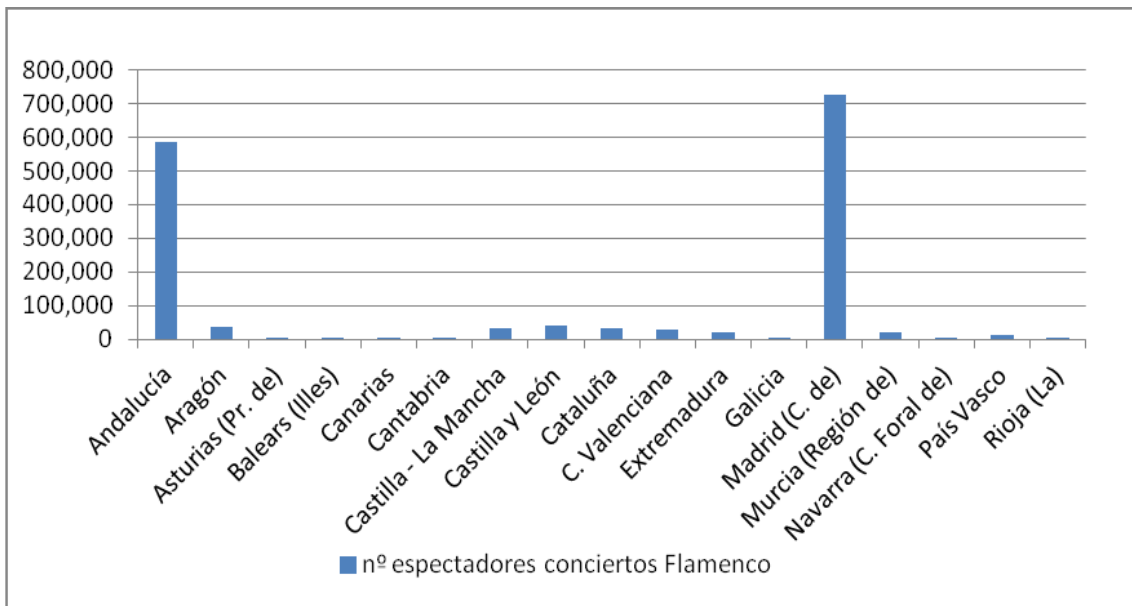
Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

**Gráfico 6.10. Número de espectadores de conciertos de Flamenco en España (2006-2009)**

Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

Por Comunidades Autónomas (Gráfica 6.11), resulta llamativo que la Comunidad de Madrid con 725.858 espectadores (46% del total) superase ampliamente a Andalucía, con 585.737 (37% del total). Si se consideran además los datos aportados en el Gráfico 6.7 sobre el número de conciertos de Flamenco en este mismo año (6.153 en Andalucía frente a 4.583 en la Comunidad de Madrid), puede concluirse que los conciertos celebrados en la Comunidad de Madrid tuvieron una media de asistencia mucho más elevada que los de Andalucía. En concreto en la Comunidad de Madrid acudieron 158 espectadores por concierto, frente a los 95 de media por concierto de Andalucía.

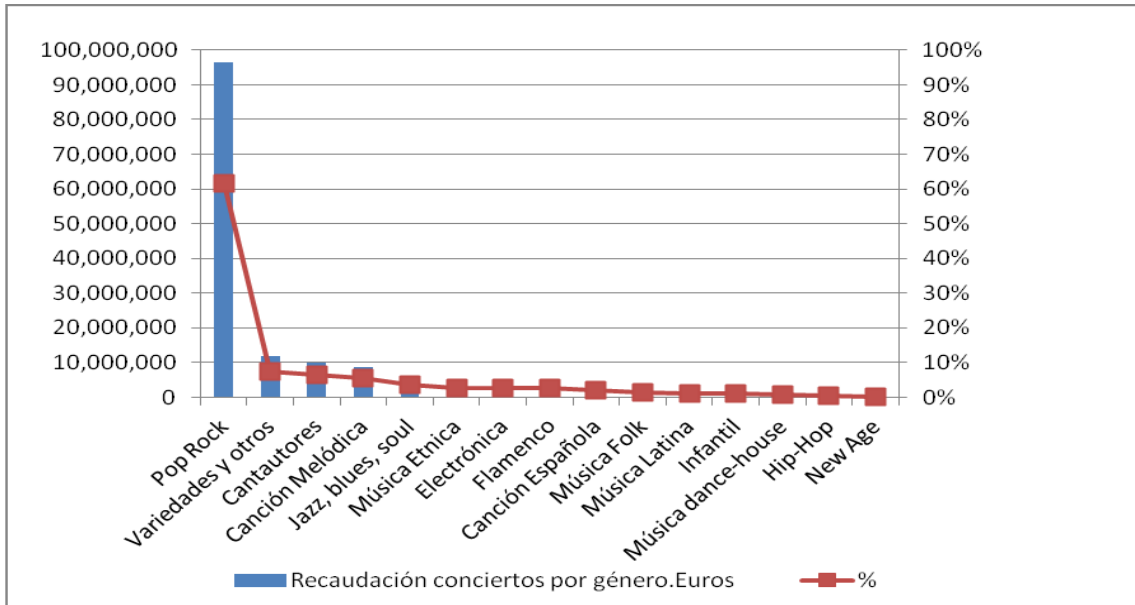
**Gráfico 6.11. Número de espectadores de conciertos de Flamenco según CC. AA. (2009)**



Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

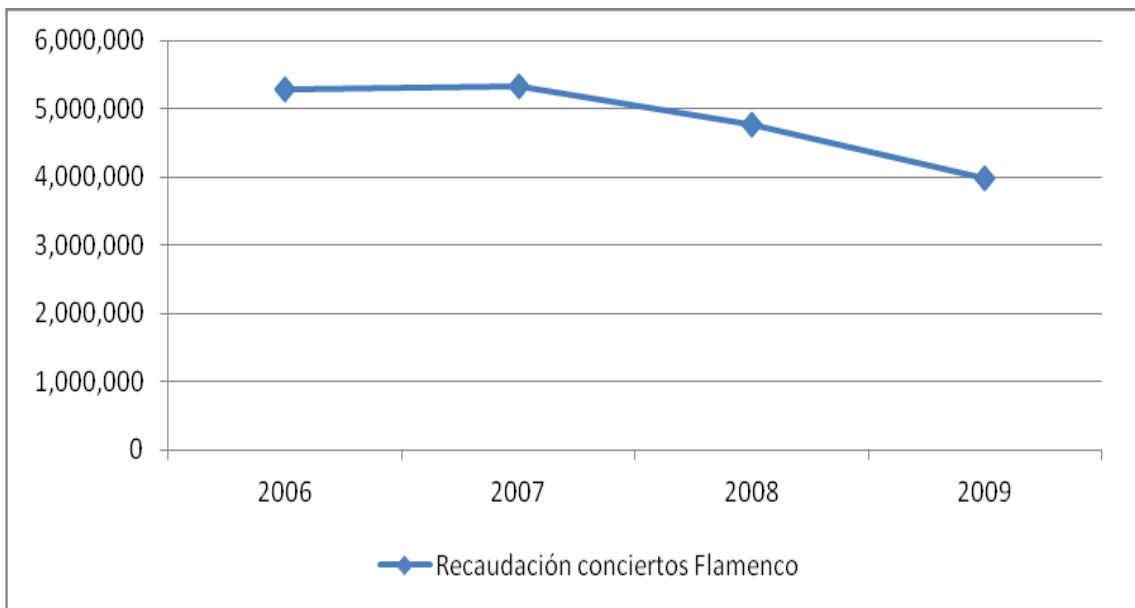
En términos de recaudación, como se aprecia en el Gráfico 6.12, destacó el género de conciertos de pop-rock con más de 96 millones de euros de recaudación (61% del total) en 2009. El Flamenco con 3,985 millones de euros (3% del total) se situó en la octava posición. La evolución de esta recaudación fue claramente decreciente, bajó de los 5,27 millones de euros de 2005 hasta los 3,99 millones de 2009. Lo que implicó una pérdida de ingresos del 24%, es decir 1,3 millones (Gráfico 6.13).

**Gráfico 6.12. Recaudación en conciertos en España y porcentaje relativo según género en 2009 (Euros.%)**



Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

**Gráfico 6.13. Recaudación conciertos de Flamenco en España en el período 2005-2008 (Euros)**

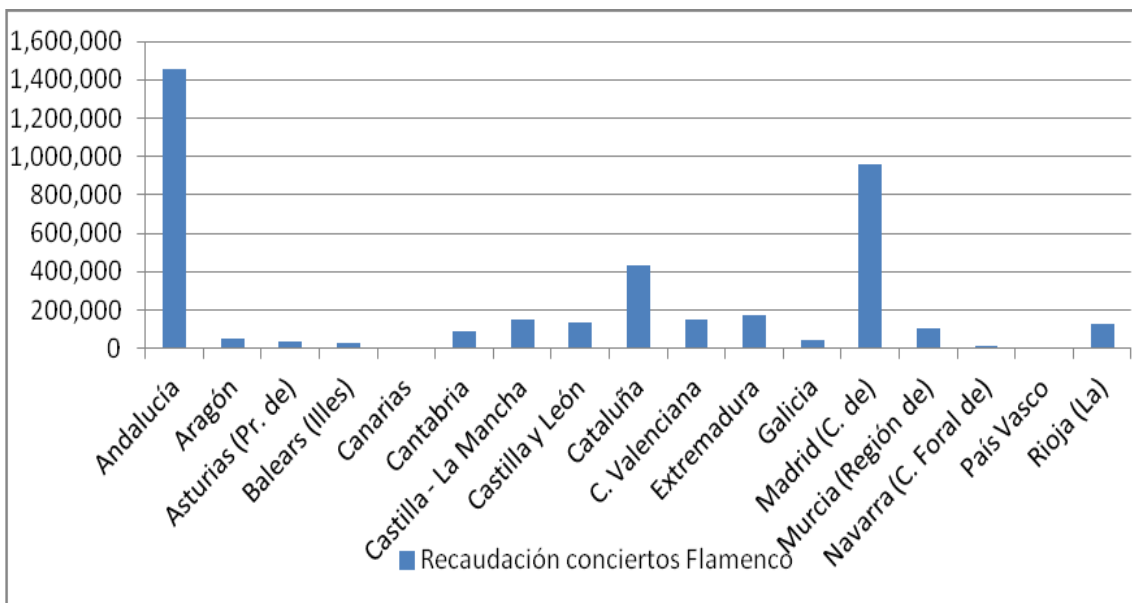


Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).



El desglose de las recaudaciones en 2009 por Comunidades Autónomas (Gráfico 6.14), mostraba de nuevo el liderazgo de Andalucía, que con 1,45 millones de euros supuso el 37% del total nacional. La Comunidad de Madrid, con 0,96 millones y el 24% del total, alcanzó la segunda posición y Cataluña con 0,43 millones y el 11% del total, la tercera. Entre los 172.000 y los 100.000 euros se movieron las Comunidades Autónomas de Extremadura, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, La Rioja y Murcia. El resto de Comunidades quedaron por debajo de los 50.000 euros de recaudación.

**Gráfico 6.14. Recaudación conciertos de Flamenco en 2009 según CC. AA. (Euros)**



Fuente: Elaboración propia según datos de Ruiz y Pérez (2011).

La evolución de la recaudación de los conciertos de Flamenco en las tres principales Comunidades Autónomas consumidoras de Flamenco de España (Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña), para el período 2005-2009, tuvieron tendencias divergentes. Andalucía y Cataluña mostraron una tendencia decreciente, con caídas en recaudación del 29% y 14% respectivamente. La Comunidad de Madrid en cambio aumentó los ingresos de los conciertos de Flamenco en un 13%, en el mismo periodo.

Este sector cuenta con una asociación empresarial: ASAEF (Asociación de Empresarios del Flamenco). En agosto de 2013 estaba integrada por 18 empresas dedicadas a la producción, gestión, promoción y distribución cultural del Flamenco. En junio de 2012 ASAEF se integró en la CEA.

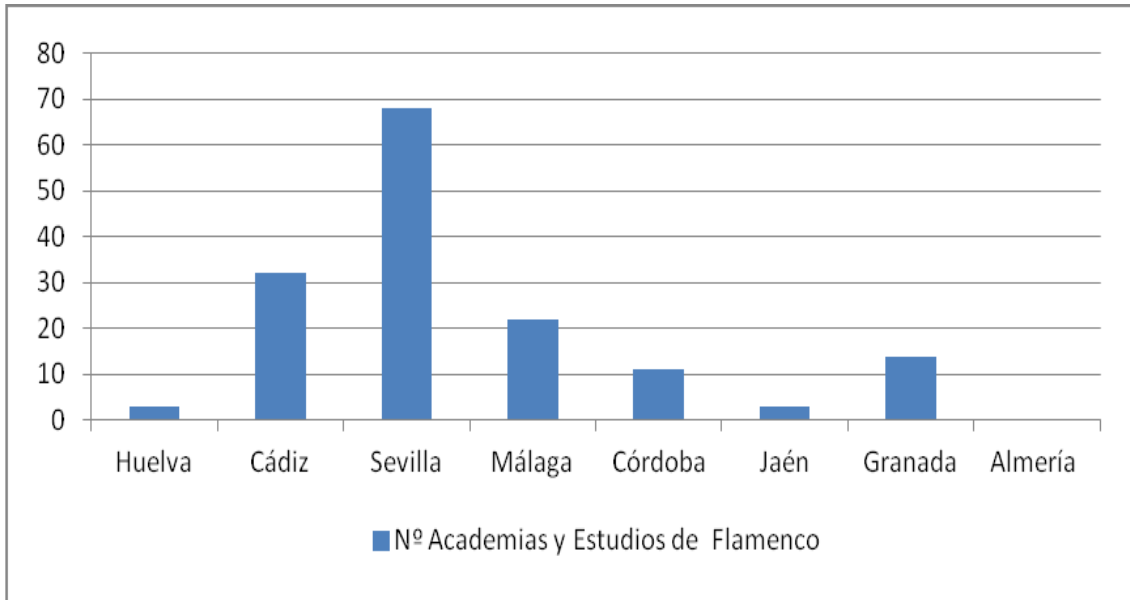
#### **6.4.2.6. Docencia**

La docencia del Flamenco se imparte mayoritariamente en escuelas, estudios y academias privadas, que pueden ser de dedicación exclusiva (poco usual fuera de España o Japón) o compartida con otras disciplinas de danza. En la mayoría de las ocasiones éstas son propiedad de artistas, que obtienen de esta forma, un necesario complemento para equilibrar sus ingresos económicos de las actuaciones (Cantero y Hernández, 2009). Existen incluso academias en Sevilla, especializadas en realizar cursos intensivos específicos, en cualquier parte del mundo. Fuera de la comunidad andaluza y en el extranjero, estas escuelas, estudios y academias se crean también dentro del seno de asociaciones, centros culturales o casas regionales andaluzas o

españolas. Actualmente, en entidades públicas se puede estudiar Flamenco en 8 conservatorios de danza en España. Seis situados en Andalucía (Almería, Granada, Córdoba, Málaga, Cádiz y Sevilla) y dos fuera de Andalucía (Boadilla del Monte en Madrid, y Valencia).

En el Gráfico 6.15 se reflejan el número de academias, escuelas y estudios de Flamenco privados en las provincias andaluzas en 2013. Sobre un total de 153 en toda Andalucía. Se puede observar que Sevilla acumulaba 68, el 44% del total, seguida de Cádiz con 32 (21%) y Málaga con 22 (14%).

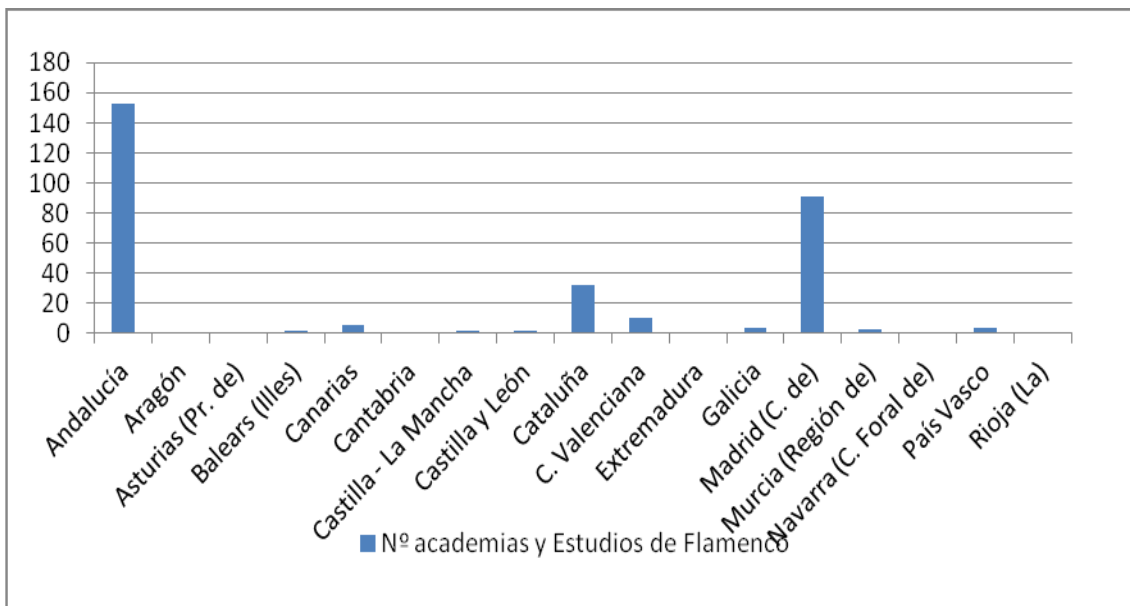
**Gráfico 6.15. Número de Academias y estudios de Flamenco privados en las provincias de Andalucía (2013)**



Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

A nivel nacional, a principios de 2013 existían un total de 311 escuelas, academias y estudios privados. El desglose regional (Gráfico 6.16), muestra cómo Andalucía representaba prácticamente la mitad de éstas con 153 (49%). A continuación se situaba la Comunidad de Madrid con 91 (29%) y Cataluña con 32 (10%). La presencia de espacios privados de enseñanza del Flamenco en el resto del país era muy reducida. Salvo en la Comunidad Valenciana (10) y en las Islas Canarias (6). En las demás Comunidades estos oscilaban entre 0 y 4.

**Gráfico 6.16. Academias y estudios de Flamenco privados en las Comunidades Autónomas de España (2013)**



Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

El precio medio de la hora de formación en las academias privadas, tanto en baile, como en cante, como en guitarra, suele estar entre los 10 y los 12 euros, el gasto

medio por alumno y curso es de 700 euros y la mayor parte de las academias y estudios suelen exigir que se reúna un número mínimo de alumnos (de 6 a 8) y que la media de alumnos por academia suele oscilar entre los 14 y los 50 (Ruiz y Pérez, 2011).

A *grosso modo*, puede calcularse el importe económico que genera la enseñanza del Flamenco en España en 2009. Para ello se multiplica el total nacional de academias de Flamenco privadas (311) más las públicas (8), por el gasto medio de cada estudiante (700 euros), por el número medio de alumnos por academia o estudio (32 alumnos). Siguiendo este procedimiento se obtiene un importe estimado de 7,146 millones de euros.

#### **6.4.2.7 Turismo**

El turismo motivado por el Flamenco forma parte del llamado Turismo Cultural. Como ya se ha analizado, el formato del turismo de sol y playa, auténtico iniciador y motor del sector turístico en nuestro país en la segunda mitad del s. XX, se ha visto reforzado a comienzos del s. XXI por la irrupción y fuerte crecimiento de otros tipos de turismos, habitualmente conectados con la cultura, el medio ambiente y el deporte, lo que ha favorecido una mayor diversificación en la oferta turística española. Algunos de estos cambios introducidos en la última década; como el turismo de cruceros o el turismo creado por las líneas aéreas de bajo coste, por ejemplo, han impulsado decididamente el turismo cultural de ciudades.

Se considera turismo cultural al flujo de personas que se desplazan desde su lugar de residencia para visitar monumentos o recursos naturales con la intención de

adquirir nueva información y experiencias, satisfaciendo sus necesidades culturales (OMT<sup>10</sup>, 2013). El turismo cultural es por tanto una combinación de patrimonio, cultura y turismo, que permite personalizar y diferenciar el turismo, en cada uno de los distintos destinos turísticos donde se desarrolle. La propia UNESCO tiene como uno de sus objetivos el fomentar entre sus 191 estados miembros políticas que relacionen el turismo y la diversidad cultural, como método que contribuya a la lucha contra la pobreza, a la conservación del medio ambiente y al mutuo conocimiento y respeto entre las culturas (UNESCO, 2013).

Analizadas estas definiciones se puede afirmar que España parte con un fuerte potencial para este tipo de turismo (MECD, 2012) (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte):

- 44 bienes declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Por delante de China (43) y sólo superado a nivel mundial por Italia (47).
- 16.061 inmuebles inscritos como Bienes de Interés Cultural en 2010. La mayoría son monumentos (85%), zonas arqueológicas (6,9%) y conjuntos históricos (5,4%). Las Islas Baleares aglutinan el mayor número (20,4%), le sigue a continuación Andalucía (18,6%), Cataluña (14,5%), Castilla y León (8,2%) y Comunidad Valenciana (7,3%).

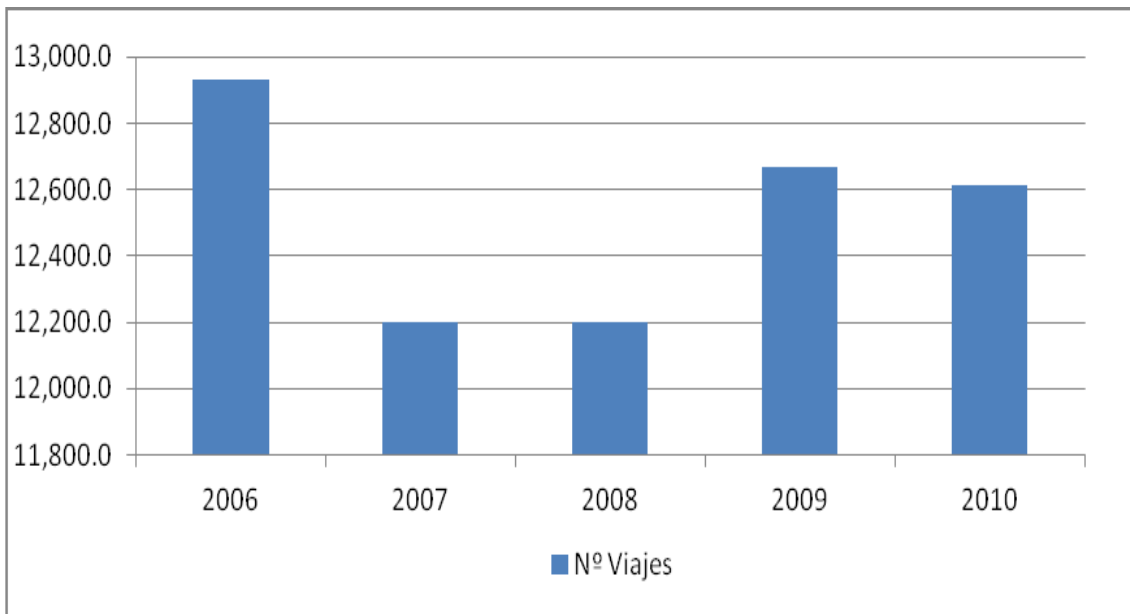
---

<sup>10</sup> La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas (OMT, 2013).

- 1.530 museos/colecciones en 2010.
- 7.876 Km. de costa, incluidos archipiélagos e islas.
- En 2010 se programaron 899 festivales teatrales, 584 festivales de música y 143 festivales de jazz.

Para comenzar el estudio del turismo cultural en nuestro país se analizan los datos correspondientes al número de miles de viajes con origen en España de residentes en el país, realizados por motivos culturales durante el periodo 2006-2010 (Gráfico 6.17). Este número de viajes se vio afectado por la recesión económica, reduciéndose desde los 12.930 miles de viajes de 2006, hasta los 12.614 miles de viajes de 2010 (-2,4%). Resulta importante destacar, que los viajes culturales mantuvieron una cuota constante respecto al total de viajes, que se situó en torno al 7,6%.

**Gráfico 6.17. Viajes totales con origen en España de residentes en el país, por motivos culturales. Periodo 2006-2010 (Miles de viajes)**



Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

El gasto total realizado en viajes con origen en España por residentes en el país por motivos culturales, en 2010 fue 6.143,9 millones de euros, un 13% superior al de 2006 (deflactado según la serie estadística del IPC elaborada por el INE, 2013a. Gráfico 6.18). Mientras que en términos relativos, el gasto realizado por los residentes en España con una motivación principal cultural, en relación al gasto total en viajes, fue en 2006 del 18,5%, y llegó a ser del 21,3% en 2010. Por lo que, a pesar de la recesión económica, a lo largo de esos cinco años se produjo un crecimiento de la importancia relativa del gasto en viajes con motivación cultural de casi tres puntos relativos (MECD,



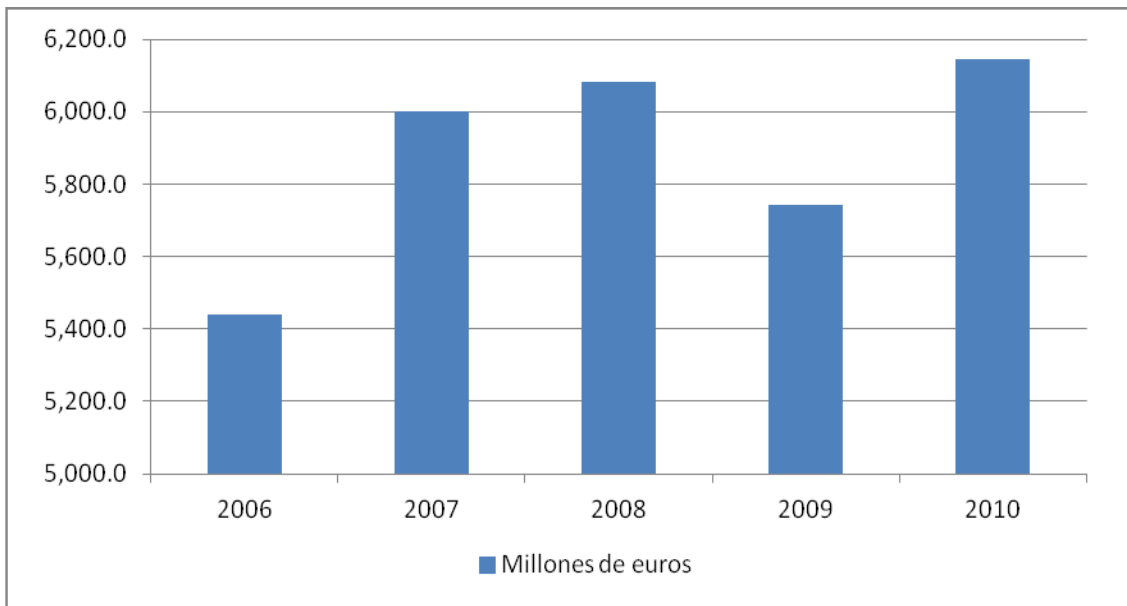
2012)<sup>11</sup>. A pesar de que estos datos no muestran unos valores elevados, los resultados cambian sustancialmente si se le añaden, como apuntan De la Calle y García (2010), las cifras de los turistas que realizan actividades culturales en sus viajes.

En términos de turismo cultural realizado por turistas extranjeros, pueden analizarse las entradas de turistas internacionales que realizaron actividades culturales en nuestro país (Gráfico 6.19). Dada la inexistencia de otros datos, se ha utilizado el criterio más amplio, ya apuntado por De la Calle y García (2010), de reflejar los turistas internacionales que realicen alguna actividad cultural, aunque no hayan declarado que su viaje se ha efectuado por un motivo estrictamente cultural. El análisis de la serie muestra que en 2006 la afluencia de turistas con estas motivaciones fue de 30,31 millones, alcanzando el máximo de 31,68 millones en 2007. Posteriormente la crisis económica afectó también a este tipo de turismo, siendo en 2010 de 26,92 millones, es decir que ha sufrido un retroceso del -11,2% (-3,39 millones) respecto al año 2006. De forma relativa, los turistas que tienen motivaciones culturales respecto al total de turistas, representaron durante el periodo considerado el 53,5%, habiéndose alcanzado un máximo del 55% en 2008.

---

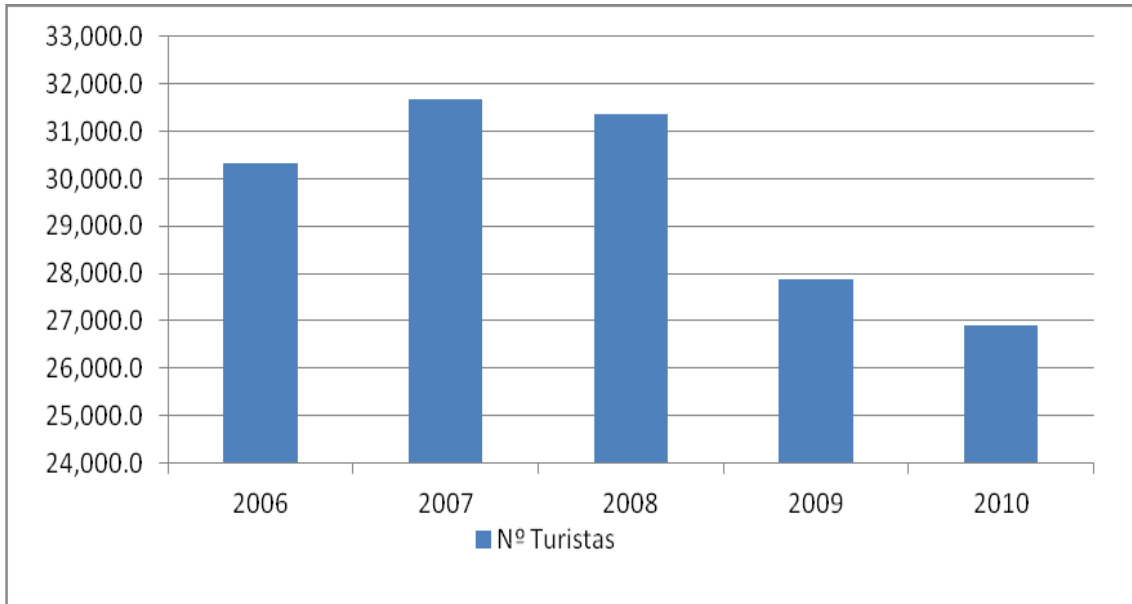
<sup>11</sup> En el capítulo IV analizamos cómo la crisis económica recortó sustancialmente el gasto de los residentes españoles en sus viajes al extranjero, lo que repercutió favorablemente en el gasto turístico en el interior del país.

**Gráfico 6.18. Gasto total en viajes con origen en España de residentes en el país, por motivos culturales. Periodo 2006-2010 (Millones de euros constantes 2006)**



Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

**Gráfico 6.19. Turistas internacionales que realizaron actividades culturales.  
Período 2006-2010 (Miles)**

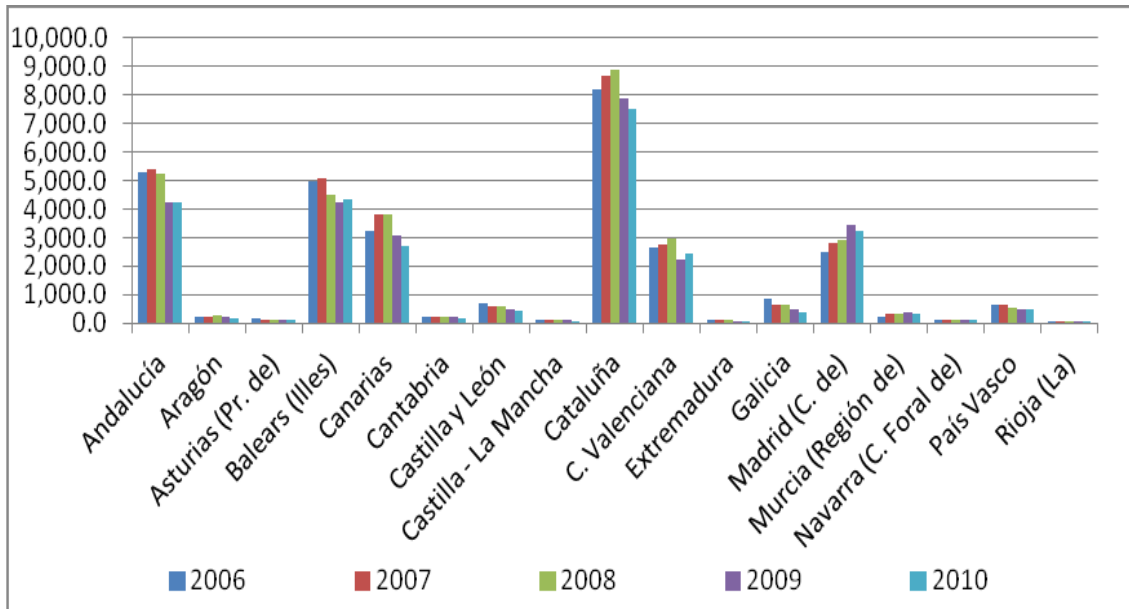


Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

Por Comunidades Autónomas de destino, de los turistas internacionales que realizaron actividades culturales (Gráfico 6.20), el liderazgo nacional lo tuvo Cataluña con una media en el período de 8,2 millones de turistas (28% del total nacional). A bastante distancia se situó Andalucía, con un número medio de 4,8 millones, cifra sólo levemente superior a los 4,6 millones alcanzados por Baleares (ambas supusieron el 16% del total nacional). Canarias con un número medio de turistas de 3,3 millones acumuló el 11% del total nacional. La Comunidad de Madrid logró el 10% del total nacional, con una media de 3 millones y la Comunidad Valenciana con 2,6 millones de turistas supuso el 9%.

**Gráfico 6.20. Entradas de turistas internacionales que realizaron actividades culturales según comunidad autónoma de destino.**

**Periodo 2006-2010 (Miles de viajes)**

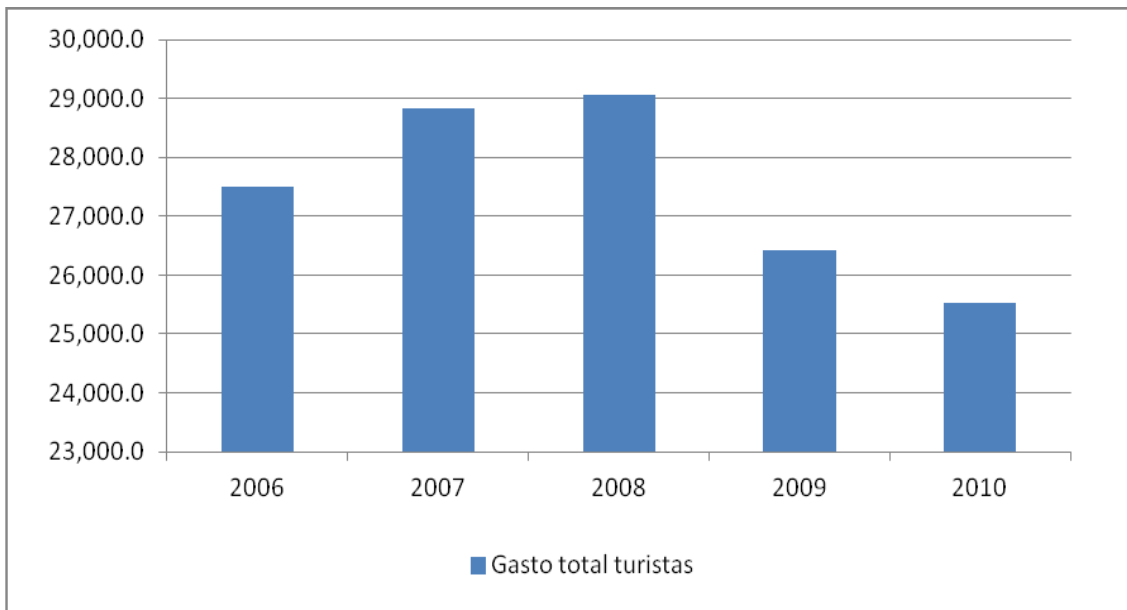


Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

El gasto total en viajes efectuado por los turistas que visitaron nuestro país y realizaron actividades culturales (Gráfico 6.21), ascendió en 2006 a 27.498 millones de euros, siendo en 2010 de 25.535 millones de euros (deflactado según la serie estadística del IPC elaborada por el INE 2013a, a euros constantes de 2006).

Es decir se produjo una contracción del -7,14%, equivalente a -1.962 millones de euros. No obstante en 2008, antes de que comenzaran a notarse severamente las consecuencias de la crisis económica mundial, se alcanzaron los 29.054 millones de euros.

**Gráfico 6.21. Gasto total en viajes de turistas internacionales que realizaron actividades culturales. Periodo 2006-2010 (Millones de euros constantes 2006)**

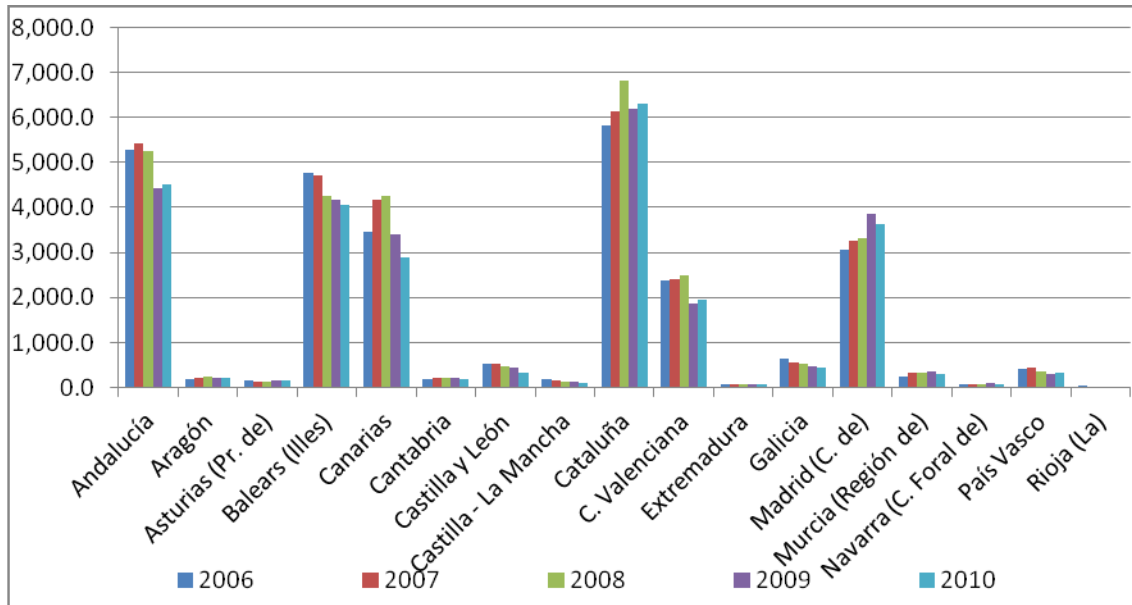


Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

El desglose por Comunidades Autónomas (Gráfico 6.22) vuelve a señalar a Cataluña como líder nacional en el gasto de los turistas internacionales que realizaron actividades culturales en España en el período 2006-2010 (euros constantes de 2006). Su gasto medio alcanzó los 6.250 millones de euros, es decir el 23% del total nacional. En Andalucía fue de 4.975 millones de euros (18% del total nacional). En Baleares se alcanzaron los 4.398 millones de euros (16% del importe nacional). Con 3.638 millones de euros, las Canarias lograron el 13% del total del gasto nacional. Muy próxima se situó la Comunidad de Madrid, con 3.430 millones de euros (12%) y finalmente la Comunidad Valenciana con 2.225 millones de euros, sumó el 8% del gasto nacional.

**Gráfico 6.22. Gasto total en viajes de turistas internacionales que realizaron actividades culturales por CC. AA. de destino.**

**Periodo 2006-2010 (Millones de euros constantes 2006)**



Fuente: Elaboración propia con datos del MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (2012).

El Flamenco puede considerarse uno de los motivos culturales que animan a los turistas a venir a España. Sin embargo, como parte del turismo cultural, sólo ha sido estudiado en Andalucía. En 2004 se elaboró el informe “La demanda de Turismo de Flamenco en Andalucía” (SAETA, 2004). Es uno de los pocos trabajos existentes que han realizado una cuantificación de la demanda del Flamenco, aunque fue tan sólo a nivel de esta comunidad autónoma. Desgraciadamente no existe ningún informe similar más reciente, ni a nivel nacional, ni regional.

El método de obtención de información utilizado fue el de encuesta. Se practicaron un total de 2.250 encuestas, con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del  $\pm 3\%$ .

Este informe señalaba que en 2004, los turistas que declararon el Flamenco como principal motivo de su viaje alcanzó el 2,94% del total del turismo de Andalucía (626 mil turistas). Un 60% de estos turistas eran de nacionalidad extranjera, siendo Francia el país con mayor peso relativo, 10%, seguido de Italia, Japón y Alemania (todos con algo más del 6%). Dentro del turismo de origen nacional, sobresalía el proveniente de Andalucía, que alcanzaba el 11,6% del número total de turistas. Seguido del procedente de la Comunidad de Madrid (6,4% del total), y de Cataluña (4,4%). Las aportaciones del resto de Comunidades Autónomas no superaron en ningún caso el 2,6% sobre el total.

Respecto a la estancia media, los turistas de Flamenco en Andalucía empleaban 12,9 días. Esta estancia fue superior en 2,7 días (26,4% más) a la estancia media de permanencia de los turistas en esta comunidad autónoma. En el tipo de alojamiento utilizado por los turistas del Flamenco (ver Tabla 6.9), se apreciaba una clara preferencia por los establecimientos hoteleros (hoteles, otros establecimientos hoteleros y pensiones) con el 60,1% del total, seguido por la vivienda de amigos o familiares (17,1%), la vivienda alquilada (14,5%), la vivienda en propiedad (4,4%) y finalmente otras formas (4%).

**Tabla 6.9. Distribución turistas del Flamenco según tipo de alojamiento en Andalucía.**

<b>Tipo Alojamiento</b>	<b>% Total</b>
Establecimientos Hoteleros	60,1
Vivienda amigos/familiares	17,1
Vivienda Alquilada	14,5
Vivienda en Propiedad	4,4
Otros	4,0

Fuente: Elaboración propia con datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA, 2004).

A la hora de analizar la forma de organización del viaje a Andalucía, el 70,3% de los turistas prefirieron la organización particular, mientras que el 24,2% eligieron una agencia de viajes como intermediario. Hay que señalar que internet aparecía como la herramienta utilizada en la organización del viaje por una media del 25,5% de los viajeros (34,2% de los extranjeros y 10,9% de los españoles).

Los medios de transporte empleados por los turistas de Flamenco, tanto nacionales como extranjeros, para llegar a Andalucía se muestran en la Tabla 6.10. Existen evidentes diferencias según el origen del turista. Los españoles utilizaron masivamente el coche propio (68,3%), seguido del tren (12,7%), el avión (8,4%) y el autocar (8%). Para los extranjeros en cambio su principal medio de llegada fue el avión (82,9%), a continuación el coche propio (9,7%) y al mismo nivel, el tren y el autocar (2%).



**Tabla 6.10. Distribución porcentual turistas de Flamenco según medio de transporte utilizado y procedencia. Año 2004**

<b>Medios de Transporte</b>	<b>Coche Propio</b>	<b>Avión</b>	<b>Tren</b>	<b>Autocar</b>	<b>Otros</b>
Extranjeros	9,7	82,9	2,0	2,0	3,4
Españoles	68,3	8,4	12,7	8,0	2,6
Total	32,9	53,3	6,2	4,4	3,2

Fuente: Elaboración propia con datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA, 2004).

Dentro de las actividades del Flamenco más atrayentes para estos turistas, hay que diferenciar entre los turistas nacionales y extranjeros. Para los primeros fue más atractivo el cante (42,3%), seguido del baile (29,2%), de los cursos (11,8%) y de las rutas de Flamenco (10,1%). Para los extranjeros en cambio primero estuvo el baile (35,5%), luego el cante (34,8%), los cursos (16,3%) y para finalizar las rutas de Flamenco (7,6%). Respecto a la instalación preferida, el 33,6% eligieron los tablaos flamencos, las peñas (17%), las tabernas o bares (15,2%) y los festivales (13,8%).

El análisis pormenorizado de las actividades de Flamenco realizadas por los turistas en Andalucía (ver Tabla 6.11), mostraba una enorme concentración de las mismas en la provincia sevillana (56,2%), seguida de la de Cádiz (12,7%), Córdoba (10,6%) y Granada (10,3%). Esta elevada concentración en la provincia de Sevilla fue mayor aún dentro del grupo de los turistas extranjeros. Las encuestas mostraban además que fuera de la Comunidad Autónoma Andaluza, los principales destinos flamencos fueron Barcelona y Madrid.

**Tabla 6.11. Distribución provincial actividades del Flamenco realizadas en Andalucía (%).**

Provincias	Total	Españoles	Extranjeros
Almería	1,9	2,5	1,6
Cádiz	12,7	14,6	11,9
Córdoba	10,6	24,1	5,7
Granada	10,3	9,5	10,7
Huelva	1,3	2,4	1,0
Jaén	0,9	2,4	0,4
Málaga	6,2	2,6	7,5
Sevilla	56,1	41,8	61,2
Andalucía	100	100	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA, 2004).

El gasto medio en destino fue de 53,19 euros por persona y día, 3,61 euros más (7,2%) que la media de gasto del turista general que visitó Andalucía en este año. El turista de Flamenco extranjero gastó 6,29 euros más por persona y día que el de origen nacional (55,8 euros frente a 49,5 euros), y 5,7 euros más (de 50,1 a 55,8 euros) que aquéllos que no tuvieron en el Flamenco su principal motivo para viajar a Andalucía. En la Tabla 6.12, puede apreciarse cómo restauración, alojamiento y actividades de Flamenco sumaron casi las tres cuartas partes (73,7%) del total del gasto medio en destino.

**Tabla 6.12. Conceptos de gasto medio en destino (%).**

<b>Distribución del Gasto</b>	<b>%</b>
Restaurantes, bares y cafeterías	34,3
Alojamiento	23,7
Actividades flamenco	15,7
Transporte	6,7
Compras artículos de flamenco	8,2
Otros	11,4

Fuente: Elaboración propia con datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA, 2004).

Por último, cabe destacar el grado de repetición (estos datos son a nivel nacional gracias a un acuerdo con Turespaña). El 70,9% de media de los encuestados ya habían estado en España. De ellos, el 53,2% lo habían hecho por vacaciones y el 27,5% por asistencia a otras actividades de flamenco. Con relación al tiempo transcurrido desde su última actividad de flamenco (ver Tabla 6.13), destacaba el hecho de que el 23,1% declaraba menos de un mes. Para el 44,2% el período superaba el año.

**Tabla 6.13. Distribución turistas del Flamenco según tiempo transcurrido desde su última actividad de Flamenco.**

<b>Período de tiempo</b>	<b>Total</b>	<b>Españoles</b>	<b>Extranjeros</b>
Menos de un mes	23,1	23,1	23,1
De 1 a 6 meses	15,6	25,7	6,3
De 6 meses a 1 año	17,1	22,2	12,3
Más de un año	44,2	29,0	58,2
Total	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia con datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA, 2004).

A partir de los datos anteriores, se puede realizar una aproximación estimatoria al volumen de ingresos que el turismo de Flamenco generó en la Comunidad Autónoma Andaluza en 2004. Para ello basta multiplicar el número de turistas atraídos por el Flamenco (626.000), por la estancia de estos turistas (12,9 días), por el gasto medio en destino (53,19 euros). La cifra obtenida alcanza los 429,53 millones de euros. No obstante el propio informe SAETA (2004), valora para 2004 los ingresos del turismo generado por el Flamenco en 543,96 millones de euros (se aporta esta cifra sin explicación del método de valoración empleado, ni justificación alguna de la cifra calculada. Aunque este elevado valor parece indicar, que en el estudio se efectuó una estimación del efecto total y no sólo del efecto directo, como el que se ha calculado en este trabajo), lo que equivale a 616,94 millones de euros de 2009.

### **6.4.3. Promoción del Flamenco**

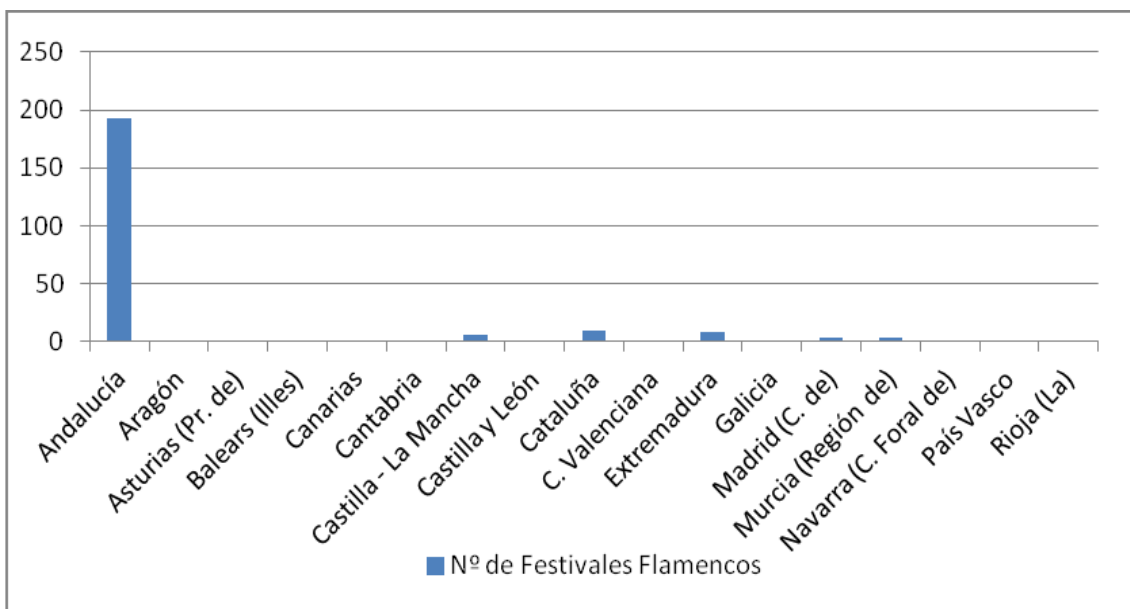
El Flamenco posee 7 posibles canales de promoción (festivales, peñas flamencas, teatros y auditorios con programación flamenca, tablaos, tabernas y bares con Flamenco, centros culturales y universidades), los dos con mayor repercusión económica y permanencia, son los festivales y las peñas flamencas.

#### **6.4.3.1. Festivales**

En 2012, de acuerdo con DEFLAMENCO (2013), el número de festivales de Flamenco celebrados en las provincias andaluzas ascendió a 193. Sevilla concentró el 41% de los festivales andaluces, con 40 festivales, seguida de Córdoba con 35 (18%), de Cádiz con 30 (16%), de Málaga con 19 (10%), de Jaén con 15 (8%), de Granada y Almería ambas con 5 (3%) y finalmente de Huelva con 4 (2%).

A nivel nacional, como se muestra en el Gráfico 6.23, se celebraron un total de 223 festivales en 2012, de los cuales los andaluces supusieron el 87% del total. Fuera de Andalucía sólo celebraron festivales flamencos Cataluña con 9 (4%), Extremadura con 8 (4%), Castilla-La Mancha con 6 (3%), la Comunidad de Madrid con 4 (2%) y la Región de Murcia con 3.

**Gráfico 6.23. Número de festivales de Flamenco en las Comunidades Autónomas de España.**



Fuente: Elaboración propia con datos de DEFLAMENCO (2013).

Los dos festivales andaluces que por antigüedad, trayectoria, relevancia artística e importancia económica, sobresalen sobre todos los demás, son la Bienal de Flamenco de Sevilla y el Festival Flamenco de Jerez.

La Bienal de Sevilla nació en 1980 como continuación de los trabajos de una comisión mixta, en donde participaron por un lado la Federación Provincial de Sevilla de Entidades Flamencas y por otro personalidades del mundo de la cultura, la política y la afición. Esta comisión organizó en Sevilla en el año 1979, el Congreso de Actividades Flamencas. Para la puesta en funcionamiento de la Bienal se creó un Patronato con paridad de miembros del Ayuntamiento y de la Federeación de Peñas. Esta primera Bienal tuvo un formato de dos semanas y se celebró del 6 al 21 de abril de 1980, siendo su director D. José Luis Ortiz Nuevo (LA BIENAL, 2013).

Del 3 al 30 de Septiembre de 2012 se celebró la XVII Bienal. A lo largo de todas estas ediciones el festival ha variado su fecha de celebración (de abril a septiembre-octubre primero y finalmente a septiembre) y su duración (de las dos semanas iniciales, se llegó a tener hasta 6 semanas de actividades, para finalmente en la última edición volver a las cuatro semanas). Hoy en día es el mayor festival a nivel mundial en duración y número de actuaciones.

En 2004 se celebró la XIII edición, que tuvo un carácter excepcional al conmemorarse el veinticinco aniversario de la creación del festival. En esa edición acudieron 5.673 visitantes (turistas y excursionistas. No se contabilizan los residentes en Sevilla), que asistieron a una media de 6 espectáculos. Se produjo un crecimiento del aforo del 9,7%. Se estimaron unos ingresos totales en la Comunidad Andaluza de 8,3 millones de euros, un 6,6% nominal más que en 2002. El 73% de los turistas fueron extranjeros. De los cuales el 16% fueron japoneses, el 12% estadounidenses, y un 7% tanto de alemanes como de franceses. El gasto medio fue de 111 euros (un 3,5% más que en 2002) y de ese dinero, la alimentación y el alojamiento supusieron el 57%, el

transporte el 17% y las actividades de Flamenco el 12%. En cuanto al alojamiento el 77% usaron los establecimientos hoteleros, viviendas alquiladas un 13% y casas de familiares y amigos un 8%. La valoración que hicieron de la Bienal en su conjunto fue de 7,4 puntos (del 1 al 10). Los grados de repetición fueron muy elevados, ya que el 82% de los turistas ya habían visitado Andalucía anteriormente y de éstos el 28% habían asistido a la Bienal de 2002. Además el 96% declararon que pensaban volver a Andalucía, y de ellos el 68% por motivos de Flamenco (SAETA, 2004).

No obstante, desde el punto de vista estricto de cuenta de resultados, la Bienal es claramente deficitaria. El presupuesto de la edición de 2004 ascendió a 3,85 millones de euros. La recaudación de taquilla fue de 0,83 millones, es decir menos del 22%. La financiación del presupuesto de gastos en esta edición fue asumida principalmente por el Ayuntamiento de Sevilla (casi el 45%), la Junta de Andalucía (14%), los ingresos de taquilla (22%) y el resto por un grupo diverso de instituciones públicas y privadas (Instituto Andaluz de la Juventud, Ministerio de Cultura, Diputación Provincial, Cajas de Ahorro, y patrocinadores) (Cantero y Hernandez, 2009).

En la edición de 2006, la XIV Bienal, redujo algo su presupuesto (la XIII fue una edición especial de celebración del veinticinco aniversario). Acudieron 4.939 visitantes, que asistieron a una media de 5,4 espectáculos cada uno y se estimaron unos ingresos generados de 7,36 millones de euros (Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía, 2006).

En la XV edición de la Bienal del año 2008, se aumentaron las plazas disponibles en un 77%. Acudieron 11.341 visitantes, que disfrutaron de una media de 3,5 espectáculos cada uno. Los ingresos estimados fueron de 16,7 millones de euros de

2008 (Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía, 2008), que equivalen a 16,83 millones de euros de 2009 (se ha inflacionado según el IPC del INE (INE, 2013a). Lo abultada de esta cifra induce a pensar que se ha medido el efecto total y no sólo el efecto directo.

En la edición XVII de 2012 hubo un total de 71 espectáculos y conciertos. La ocupación media de todo el festival fue del 86% y se obtuvo una recaudación de 0,79 millones de euros (LA BIENAL, 2013).

El Festival de Flamenco de Jerez celebró en 2013 su XVII edición también, aunque en este caso, al tener una cadencia anual, su primera edición fue en 1997. Tiene un formato más corto, de dos semanas, celebrándose a caballo entre los meses de febrero y marzo. Tiene la peculiaridad de ofrecer en simultáneo dentro de su programación, cursos de baile, cante, instrumentos e incluso fotografía. En la última edición del pasado año se redujo el número de espectáculos por recortes presupuestarios. El número de espectadores/participantes fue de 34.620, lo que supuso un índice medio de ocupación de espectáculos del 90,2%.

Para la XI edición del festival, la Diputación de Cádiz financió el estudio: “Impacto económico del XI Festival Flamenco de Jerez” (González, y Ramírez, 2008). En esta convocatoria se programaron 64 espectáculos y 36 cursos. El presupuesto fue de 1,31 millones de euros, sufragado por el Ayuntamiento de Jerez, la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco, la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, el Ministerio de Cultura y otras entidades públicas y privadas. Estimaron un impacto directo del gasto medio por persona durante las dos semanas de duración del festival de 2.119 euros. En relación a la procedencia de los asistentes al festival el 43% declararon



ser extranjeros y dentro del 57% de los asistentes nacionales, el 43% provenía de la provincia de Cádiz. Se estimó un impacto económico directo e inducido de 5 millones de euros (equivale a 5,11 millones de euros de 2009. La cifra se ha inflacionado según el IPC del INE(INE, 2013a).

#### **6.4.3.2. Peñas**

Las peñas son asociaciones privadas de carácter cultural sin ánimo de lucro, formadas por personas que comparten su interés y amor por el arte Flamenco en cualquiera de sus manifestaciones. La misión fundamental de una peña flamenca es la de fomentar el arte Flamenco entre sus miembros e intentar atraer a nuevos aficionados. Para ello, suelen disponer de publicaciones y páginas webs, donde vuelcan información y noticias sobre Flamenco. Además, organizan programaciones de conciertos. Como asociaciones culturales que son, se gestionan con una junta directiva y unos estatutos de funcionamiento general. La media es de una actividad por semana.

Actualmente, el número de peñas existentes en Andalucía es de 343 (datos a octubre de 2013). Sevilla tiene 80 peñas, lo que supone el 23% del total regional. Cádiz tiene 67 (20%), Córdoba 58 (17%), Málaga 42 (12%), Jaén 28 (8%), Granada 28 (8%), Huelva 24 (7%) y por último Almería 15 (4%). Existe una Confederación Andaluza de Peñas Flamencas que aglutina al total de peñas de las ocho provincias andaluzas (DEFLAMENCO, 2013).

A nivel nacional se contabilizan 517 peñas, Andalucía aglutinaba el 66% del total de peñas del país. Extremadura con 43 suponía el 8%, Cataluña con 33 el 6%, la

Comunidad de Madrid poseía 20 (4%), la Comunidad Valenciana y Murcia ambas disfrutaban de 7 (1%), y Castilla-La Mancha sumaba 6 (1%). El resto de Comunidades Autónomas nacionales tenían entre 0 y 1 (DEFLAMENCO, 2013).

El presupuesto de las peñas de Flamenco en Andalucía en 2009 ascendió a los 3,5 millones de euros (Ruiz y Pérez, 2011). Si se realiza una extrapolación grosso modo a nivel nacional la cifra ronda los 5 millones de euros.

#### **6.4.4. Estimación del valor económico del Flamenco**

Se procede a continuación a recoger en la Tabla 6.14 las valoraciones estimatorias que han sido obtenidas para cada uno de los sectores que forman la industria del Flamenco, indicando si dicha valoración abarca sólo el efecto directo, el efecto directo más el inducido o el efecto total (efecto directo, más indirecto, más inducido). Con un total de 719,4 millones de euros en 2009, el Flamenco alcanzó el 2,42% del PIB de las industrias culturales en España de ese año (el PIB de las Actividades Culturales en España en 2009 fue de 29.753 millones de euros, según MUC, 2013), y el 0,07% del PIB nacional (el PIB de España en 2009 se cifró en 1.046.894€ millones de euros, INE 2013b). Por sectores, el turismo supuso con sus 616,94 millones de euros el 85,8% relativo de la aportación económica de la industria. Aunque no se debe olvidar que ese turismo generado por el Flamenco, en realidad acudió a nuestro país atraído por la celebración de festivales y espectáculos mayoritariamente y/o para recibir cursos de docencia de Flamenco o realizar rutas relacionadas con el Flamenco, minoritariamente.

## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

De hecho, en relación al sector de los espectáculos, si añadimos el impacto económico de la Bienal de Sevilla, del Festival de Jerez y de las peñas, alcanzaron los 30,93 millones de euros, es decir un 4,3% del total de la industria. La moda flamenca (textil, calzado y complementos) sumó 44,42 millones de euros, es decir, un 6,2% del total. La aportación del sector audiovisual fue de 20 millones de euros (2,8%) y finalmente la docencia añadió 7,15 millones de euros (1%). Hay que destacar el valor económico de eventos singulares como la Bienal de Flamenco de Sevilla, que en su XV edición en 2008, alcanzó una repercusión económica de 16,83 millones de euros, un 2,3% del total de la industria.

**Tabla 6.14. Valoración económica de la industria del Flamenco (Millones euros)**

Sectores	Millones Euros	% Total
Moda Flamenca (Textil+Calzado+Complementos)	44,42***	6,2%
Audiovisual	20,00*	2,8%
Espectáculos	3,99*	0,6%
Docencia	7,15*	1,0%
Turismo	616,94***	85,8%
Bienal Flamenco	16,83***	2,3%
Festival Jerez	5,11**	0,7%
Peñas	5,00*	0,7%
<b>TOTAL</b>	<b>719,4</b>	<b>100,0%</b>

\* Efecto directo. \*\* Efecto directo y efecto inducido \*\*\* Efecto total

Fuente: Elaboración propia.

#### **6.4.5. El Flamenco en el exterior**

La demanda internacional del Flamenco se concentra en 3 grandes zonas geográficas: Extremo Oriente (principalmente Japón, aunque también Corea del Sur y de forma incipiente China), América y Centroeuropa (principalmente Alemania, Francia e Italia. Aunque también Reino Unido, Bélgica, Holanda, Rusia y Países Escandinavos).

##### **6.4.5.1. Extremo Oriente**

Japón constituye al día de hoy el país con mayor número de aficionados al Flamenco fuera de España. En 2007 se estimaban unos 80.000 aficionados nipones al Flamenco, existiendo 480 academias especializadas sólo en Flamenco establecidas en este país, que se concentraban mayoritariamente en las grandes urbes: Osaka, Nogoya y especialmente en Tokio. La mayoría de los alumnos eran mujeres (95%) y dedicaban una media de 2 horas semanales al Flamenco (Extenda UPN Japón, 2007).

Esta afición al Flamenco en Japón no es algo nuevo. El mayor *boom* se alcanzó en los años 90 y se ha mantenido hasta hoy. Para los japoneses “Flamenco” es la segunda palabra que representa a España (19% de los encuestados) sólo por detrás de la palabra “toros” (con un 28%) (Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 2003).

Consideran que el Flamenco es la música nacional española, que está especialmente impregnada de una serie de cualidades (alegría, pasión, valentía, tragedia, etc.) que la hacen única e irrepetible. Estas cualidades le resultan familiares y atrayentes

al pueblo japonés, que cuenta con una música folclórica llamada *Enka* con características similares, sobre todo en el carácter trágico (Extenda UPN Japón, 2007).

Aunque las primeras actuaciones de Flamenco en Japón las podemos fechar en 1929, cuando la artista Antonia Mercé “La Argentina” visitó Japón con actuaciones como “El amor brujo” y “Andalucía”. En ese mismo año la bailaora Súzuko Kawakami introdujo la enseñanza de la danza española y del Flamenco. En 1932 actuó en Japón el reconocido guitarrista flamenco Carlos Montoya (Calado, 2007). El flujo regular de artistas flamencos españoles a este país no se estableció hasta la década de los años 60 del s. XX. Esta presencia continuada de intérpretes españoles del Flamenco en Japón durante estos años, sirvió para propagar este arte y para ir cultivando una creciente demanda de aficionados. La demostración más evidente de todo esto, fueron los múltiples artistas japoneses, hoy en día ya consagrados, que en estos años se desplazaron a España para formarse en el arte Flamenco: Yasuko Nagamine, Yoko Komatsubara, Masami Okada, Shoji Kojima, Akio Mizusawa, entre otros.

Los primeros tablaos flamencos surgieron en Tokio en 1967. Y por algunos de ellos, como el tablao “El Flamenco”, han pasado figuras del cante, del toque y del baile de la talla de: Cristina Hoyos, Manolo Soler, Joaquín Grillo, Sara Baras, Eva Yerbabuena, Javier Barón, Rafael Amargo, José Mercé, Enrique Ortega, Paco de Lucía....

Especialmente reseñable fue la visita de la compañía de Antonio Gades en 1986 con la obra “Carmen”. El éxito fue tal, que se multiplicaron los alumnos y las academias en los meses siguientes (Extenda UPN Japón, 2007).

Desde 1984, el país nipón cuenta con la revista especializada de flamenco “Paseo”, que alcanza una tirada de 15.000 ejemplares en la actualidad (agosto 2013).

A la luz de todos estos datos, podríamos afirmar que el Flamenco se encuentra en una fase de madurez en Japón. Es decir, se celebran espectáculos privados a diario, hay una agenda anual con grandes eventos de Flamenco en las principales ciudades de país (Tokio, Osaka, Nagoya y Yokoyama principalmente), y existen centenares de academias especializadas sólo en Flamenco, que alimentan y generan una demanda asegurada para el sector y sus industrias auxiliares.

Frente a esta etapa de madurez, en China, el Flamenco tan sólo se encuentra en una fase de introducción. A partir de 2001 con su incorporación a la O.M.C. (Organización Mundial del Comercio , su acrónimo en inglés es WTO, World Trade Organization) China dio comienzo a una, hasta ese momento desconocida, fase de apertura económica y cultural al resto del mundo. La nueva estrategia del Partido Comunista de China ha permitido una mayor permeabilidad a las expresiones culturales y folclóricas de otros países, lo que posibilitó que se celebraran espectáculos flamencos en las principales urbes chinas (la mayoría de producción española pero algunos de producción japonesa). Aún así, existe todavía un número muy reducido de academias de enseñanza y por tanto de alumnos en esta disciplina.

En Corea del Sur el Flamenco se encuentra también en una fase de introducción. El número de espectáculos es más reducido y la mayoría son de producción japonesa (Compañía de Flamenco de Yoko Komatsubara).

#### 6.4.5.2. América del Norte

De los eventos sobre flamenco que se organizan en Estados Unidos destacan especialmente el *Festival Flamenco de Alburquerque*, que en 2012 cumplió su 25 aniversario y el *Flamenco Festival*. La misión del *Flamenco Festival* es la promoción del Flamenco y de los artistas españoles fuera de nuestras fronteras. Nació en 2001 en Nueva York con carácter bienal para Estados Unidos y celebrando una edición internacional en los años intermedios. De las ediciones internacionales no norteamericanas del *Flamenco Festival* destacan las celebradas en: Inglaterra (Londres), Japón (Aichi y Tokio), Francia (París). El *Flamenco Festival USA* ha tenido sedes en Nueva York, Washington DC, Miami y Boston. Por sus 10 ediciones hasta 2011, han pasado más de 500.000 espectadores, en las más de 230 representaciones celebradas (Macías, 2011).

A diferencia de lo que ocurre en España o en Japón, en Estados Unidos resulta poco habitual encontrar academias especializadas sólo en baile Flamenco. El Flamenco suele competir en conservatorios, academias, gimnasios, clubes sociales, etc. con otras disciplinas de la danza, como el ballet clásico, los bailes latinos, el hip-hop, el swing, el funk, la zumba... (Macías, 2011). Sin embargo, cuenta en cambio con la ventaja de la amplia presencia de inmigrantes españoles de primera o segunda generación, que se reúnen en asociaciones, clubes, centros culturales... y que tienen el denominador común de la cultura española. En muchos de ellas el Flamenco constituye una parte importante de su programación anual de actividades culturales.

Se estiman unos 78 estudios, academias o escuelas de Flamenco en Estados Unidos, 4 peñas y 5 tablaos (DEFLAMENCO, 2013).

Por tanto puede considerarse que en EE.UU., el Flamenco está en fase de crecimiento. Se celebran periódica y regularmente festivales y espectáculos con éxito de público. Y esta afición la sustenta y sirve para alimentar a su vez, la demanda de clases de Flamenco y de industrias auxiliares del sector.

El caso de México es especial. El Flamenco llegó a México como una parte más de la herencia cultural española. Por lo que se puede hablar de que en México hay un conocimiento de este arte desde sus primeros momentos de gestación (principios s. XIX). Por ello no es de extrañar que la mayoría de las escuelas de Flamenco tengan su sede en asociaciones culturales españolas o andaluzas. De entre los festivales mexicanos de Flamenco sobresale el Festival de Arte Flamenco de Monterrey, en activo desde 1998.

En México hay 54 estudios y escuelas de Flamenco, 4 peñas de Flamenco, 1 fabricante de calzado para baile y 1 festival (DEFLAMENCO, 2013). Puede considerarse que está en fase de crecimiento.

En Canada, sin embargo, el Flamenco se encuentra en fase de introducción. Existen 35 academias/estudios de Flamenco, un fabricante de guitarras y dos festivales. El festival más antiguo es el de la localidad de Halifax, donde desde hace siete años se celebra el Festival *Fall for Flamenco*. Desde 2007 se convoca también un festival en Toronto, el *Toronto International Flamenco Festival* (DEFLAMENCO, 2013).



### **6.4.5.3. América Central y del Sur**

La conexión genética y cultural que España mantiene desde hace siglos con sus antiguas colonias del centro y sur de América, ha propiciado un elevado y continuo flujo humano entre ambas orillas del océano Atlántico. Gracias a este constante movimiento de viajeros en ambos sentidos, los países hermanos de lengua del otro lado del Atlántico han visto desde cerca (y contribuido incluso con sus aportaciones), el proceso de creación del folclore del Flamenco desde su principio hasta nuestros días. Como ya vimos en la introducción de este capítulo (ver Figura 1), de uno de los cuatro palos principales del Flamenco, el tango, han derivado una serie de palos directamente influenciados por los países hispanoamericanos: colombianas, milonga, zambra, tango americano, guajira....

Se estiman unas 111 escuelas/estudios en toda América del Sur, 3 revistas, 2 guitarrerías, 7 tablaos y 2 peñas flamencas (DEFLAMENCO, 2013). Con mayor nivel en algunos países que en otros, podemos considerar que el Flamenco se encuentra en crecimiento en Latinoamérica.

### **6.4.5.4. Europa**

Por proximidad geográfica, cultural y presencia migratoria, los países de la Unión Europea tienen todos, en mayor o menor medida, fuertes conexiones con el Flamenco.

En Francia, por ejemplo, se celebra el festival de Flamenco europeo más antiguo de los que se celebran fuera de España: *Mont de Marsan*. En 2012 vivió su vigésimo

cuarta edición. Sin salir de este mismo país podemos acudir a otros 7 festivales anuales de Flamenco: *Argelès-sur-Mer, Marseille, Nîmes, Poitiers, Rivesaltes y Toulouse*. Más otros 3 con cadencia superior al año: *Arles, Lyon y Pau*. Además hay 103 estudios/academias, 12 tablaos, 13 peñas y 1 revista (DEFLAMENCO, 2013).

Puede afirmarse que en Francia el Flamenco está en fase de crecimiento. Porque aunque el recorrido de esta disciplina en el país viene de antiguo, continúan aumentando año a año el número de eventos y de alumnos.

Resulta sorprendente la abultada presencia que el Flamenco muestra en Alemania. Bastó que un musicólogo de la Universidad de Granada, el catedrático Jose Antonio Rodríguez-Quilés, realizara en 2004 un estudio sobre la conexión entre las universidades alemanas y la disciplina del Flamenco, para que salieran a la luz las siguientes muestras de esta presencia en el mundo universitario alemán (Rodríguez-Quilés y Jirgit, 2009):

- Cuatro universidades alemanas programaron estudios donde figuraba el Flamenco (Bergische Universität Wuppertal, Universidad de Leipzig, Universidad de Oldenburg, Universidad de Rostock).
- Tres universidades programaron espectáculos flamencos (Universidad de Duisburg-Essen, Universidad de Hamburgo, Universidad de Tübingen).
- Siete universidades organizaron algún curso o taller de alguna disciplina flamenca: Universidad de Leipzig, Universidad de Bayreuth, Universidad de Münster, Universidad de Nürnberg, Universidad de Oldenburg, Universidad de Potsdam, Universidad de Saarland, Universidad de Tübingen.

En cuanto a los festivales flamencos, en Alemania se celebran en total cuatro anuales: Friburgo (desde 1987), Düsseldorf (desde 1990), Berlín (desde 1995) y Dresde (desde 2002) y uno bienal: Hamburgo (desde 2002). Además, desde 1994 se publica la revista trimestral “Anda”, auténtica referencia de la difusión del Flamenco en el país. Hay 89 academias/estudios, y una peña (DEFLAMENCO, 2013).

Por todo ello, puede decirse que en Alemania el Flamenco está en una fase de crecimiento.

En Italia, en cambio, puede considerarse que el Flamenco se encuentra aún en la fase de introducción. Así nos lo indica el hecho de que sólo exista un festival instaurado, el de la ciudad de Turín, que en octubre de 2012 celebró su cuarta edición. Además, tan sólo se celebran uno o dos grandes espectáculos de media al año en el país, y sólo hay 22 escuelas/estudios de Flamenco y 4 peñas en el país transalpino (DEFLAMENCO, 2013).

En similares circunstancias, etapa de introducción, debemos valorar la situación del Flamenco en los Países Bajos (Bélgica y Holanda). En Bélgica la abundante presencia de residentes españoles ha permitido, por ejemplo, celebrar en 2012 la vigésima edición de la “Euroferia andaluza de Bruselas”. En 2008 *Flamenco Festival* celebró su edición inaugural no norteamericana en Bruselas. En Holanda destaca la celebración en febrero de 2013 de la cuarta edición del *Flamenco Biennale Holanda*, que se llevó a cabo en simultáneo en las ciudades de Amsterdam, Rotterdam, La Haya, Utrecht, Eindhoven y Groningen. Entre ambos países, hay 6 academias/estudios, 1 tablao, y 7 peñas de Flamenco (DEFLAMENCO, 2013).

En el Reino Unido y Suiza el Flamenco puede enmarcarse también en fase de introducción. En Reino Unido existen 6 escuelas/academias, 1 tablao y 7 peñas. En Suiza son 5 las escuelas/estudios, 2 los tablaos y 2 las peñas (DEFLAMENCO, 2013).

En el resto de Europa, tan sólo cabe destacar la presencia de algunas academias de Flamenco en los países escandinavos (Dinamarca, Noruega, Suecia, Finlandia e Islandia), así como en Rusia. En estos países se realizan de forma esporádica espectáculos de Flamenco de primer nivel, organizados habitualmente por la iniciativa privada, pero con fuerte financiación de instituciones públicas españolas y del país anfitrión. Estos eventos sirven para presentar este arte, así como para captar y/o fidelizar nuevos aficionados. Entre estos espectáculos sobresale el *Festival Flamenco Viva España*, que tuvo lugar por primera vez en 2000 en Moscú, y que en la edición de junio de 2012 celebró su décimo aniversario. En estos países del resto de Europa hay unas 75 escuelas/estudios y 5 peñas de Flamenco en total (DEFLAMENCO, 2013).

En resumen, la demanda exterior del Flamenco se concentra en tres grandes áreas geográficas mundiales: Extremo Oriente, América y Centroeuropa.

Japón, que cuenta con 80.000 aficionados y 480 academias, es el principal país exterior consumidor de Flamenco a nivel mundial. China es una interrogante respecto al Flamenco; tiene un enorme potencial pero es un mercado con una lenta y difícil introducción.

En América distinguimos entre Centroamérica y Sudamérica, en donde el Flamenco tiene conexión cultural directa con la población como parte de la cultura

## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

española y América del Norte, donde sin esta base cultural común, el Flamenco tiene mucha menos implantación y afición.

Dentro de Europa, Francia y Alemania son los principales países consumidores de Flamenco. En Italia, Bélgica, Holanda, Reino Unido, Suiza y Rusia el Flamenco se encuentra en fase de introducción.

## 6.5. CONCLUSIONES

El Flamenco está directamente ligado a la imagen de España en el exterior, habiéndose convertido en el más claro referente cultural de identificación de nuestro país. Algunas Comunidades Autónomas, como Andalucía, han sido más sensibles a esta realidad, desarrollando un amplio apoyo institucional al Flamenco dentro de sus planes estratégicos de acrecentamiento de la cultura, lo que ha permitido elevar el nivel y la notoriedad de esta disciplina artística.

De forma agregada las industrias culturales y creativas en España aportaron en 2008 el 5,6% del VAB y emplearon al 6,1% de la población ocupada. Estas cifras aunque están por encima de la media mundial (3,4% del PIB mundial), se encuentran por debajo del nivel medio de la Unión Europea en el mismo año (6,9% del VAB y 6,5% del empleo). El Flamenco puede ser considerado como una parte (minoritaria) de la industria cultural y creativa del país.

Puede fecharse el origen del Flamenco a mediados del s. XVIII y situarlo geográficamente en Andalucía y Extremadura. No obstante el Flamenco tiene un carácter universal en nuestros días y presenta una gran permeabilidad a las influencias externas de otras músicas, lo que le confiere una gran capacidad de adaptación a los cambios e impulsa su evolución.

Desde el punto de vista económico, la industria del Flamenco abarca un total de 9 sectores diferentes (textil, calzado, complementos, instrumentos musicales, espectáculos, audiovisual, revistas-libros, docencia y turismo), con los que mantiene

distintos grados de vinculación. Tres de ellos (textil, calzado y complementos) presentan una clara simbiosis con el sector regional andaluz relacionado con las ferias y romerías. En el sector de los espectáculos, el Flamenco ocupaba en 2009 el quinto lugar en espectadores a nivel nacional, con 1,58 millones (5% del total nacional). En cambio, en número de espectáculos alcanzó los 13.069, situándose en la segunda posición nacional con el 10% del total. Esto constata que las afluencias medias de espectadores suelen ser más reducidas en el Flamenco que en otro tipo de espectáculos, lo cual es una característica intrínseca del mismo y un serio inconveniente para su rentabilidad económica. La recaudación fue de 3,99 millones de euros (3% del total nacional) y ocupó la octava posición en el listado de ingresos por tipo de espectáculo en España.

Las academias y las peñas constituyen los semilleros naturales de los aficionados al Flamenco. Cuatro regiones españolas: Andalucía, Madrid, Cataluña y Extremadura suman el 91% de las academias de Flamenco y el 93% de las peñas a nivel nacional. Destacando en ambos casos la concentración en Andalucía, que supone el 49% de las academias y el 72% de la peñas de España.

Se puede estimar en unos 719,4 millones de euros el impacto económico que el Flamenco generó en 2009. De ellos el 85,8% (616,94 millones de euros) procedían del turismo, el 6,2% (44,42 millones de euros) de la moda flamenca (suma de textil, calzado y complementos), el 4,3% (30,93 millones de euros) de los espectáculos (incluyendo Bienal de Sevilla, Festival de Jerez y Peñas), el 2,8% de audiovisual (20 millones de euros) y el 1% de la docencia (7,15 millones). Dado que el grueso de la actividad económica de la industria del Flamenco lo genera el turismo, resultaría estratégico

elaborar un programa amplio y variado de eventos y espectáculos, nacido de una adecuada colaboración público-privada.

A nivel internacional el número de academias, de festivales y de espectáculos de Flamenco (que pueden actuar, a falta de mejores datos, como indicadores indirectos de la demanda), señalan que existe una amplia presencia exterior con distintos niveles de estado de desarrollo según el país. Así podemos catalogar que el Flamenco se encuentra en estado de madurez, en España y Japón. En fase de crecimiento se sitúa en países como: Estados Unidos, México, Francia y Alemania. Por último, en fase de introducción se halla en la actualidad en un buen número de países, como por ejemplo: China, Corea, Canadá, Italia, Bélgica, Holanda, Reino Unido, Rusia y Suiza.

Para finalizar hay que resaltar que la falta de datos estadísticos oficiales es una grave carencia, que impide la elaboración de estudios económicos formales. Estos estudios permitirían valorar de forma científica el potencial económico real del Flamenco, y orientar una correcta Planificación Estratégica de Desarrollo Económico del Sector Flamenco, al menos en la comunidad autónoma de Andalucía. Para lograrlo es necesario comenzar por crear epígrafes específicos para el Flamenco en la CNAE de los sectores implicados, que permitiese la posterior creación de una Cuenta Satélite del Flamenco para Andalucía.



**REFERENCIAS CAPITULO VI**

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Almendros, C. (1973). *Todo lo básico sobre el flamenco*. Barcelona: Ediciones Mundi Libro.
- Aoyama, Y. (2007). The role of consumption and globalization in a cultural industry: The case of flamenco. *Geoforum*. 38, 103-113.
- Aoyama, Y. (2009). Artists, Torists, and the State: Cultural Torism and the Flamenco Industry in Andalusia, Spain. *International Journal of Urban and Regional Research*. 33,1,80-104.
- Borrow, G. (1998). *The Zincali, an Account of the Gypsies of Spain*. London: J. Murray, 1841.
- Calado, S. (2007). *El Negocio del Flamenco*. Sevilla: Signatura Ediciones de Andalucía.
- Cantero, J. y Hernández, E. (2009). *La Economía Sevillana del Flamenco*. Cámara Comercio Sevilla. Sevilla: Confederación Empresarios de Sevilla.
- Castillo-Manzano, J. I., López, L., Pazos, M. L., Molina, J. A., Asencio, J. P.(2005). *Análisis Económico y Prospectiva del Sector de la Moda de Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla.

Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). (2013). Recuperado el 11 de Noviembre de: <http://www.cnae.com.es/>

Consejería de Cultura. (2007). *Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía (PECA)*. Sevilla: Junta de Andalucía.

De La Calle, M. y García, M. (2010). Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid. *Anales de Geografía*. Vol 30, 2, 31-58.

DEFLAMENCO. (2013). *Guía del Flamenco*. Recuperado el 02-04-13. <http://www.deflamenco.com/guia-flamenco-escuelas-y-estudios.html>

Department of Communications and Arts. (1994). *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*. Canberra: Office for the arts.

Diccionario Real Academia de la Lengua (DRAE) (2013). Madrid: Real Academia Española.

Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía. (2006). *Impacto Turístico de Eventos en Andalucía. Bienal de Flamenco 2006*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.

Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía. (2008). *Impacto Turístico de Eventos en Andalucía. Bienal de Flamenco 2008*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.

Estatuto de Autonomía para Andalucía. (2007). *Centro de publicaciones no oficiales*. Parlamento de Andalucía. Sevilla.

Extenda UPN Japón. (2007). *Nota Sectorial. El Flamenco en Japón*. Tokio.

Extenda UPN Nueva York. (2011). *Las Industrias Culturales en Estados Unidos. Especial referencia al Mundo Flamenco*. New York.

Falla, M. de (1972). *Escritos sobre Música y Músicos*. Madrid: Espasa-Calpe.

FLAMENCÓPOLIS. (2013). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:  
<http://www.flamencopolis.com/>

Gamboa, J. M. (2007). *Enciclopedia de los Estilos del Flamenco. De la A a la Z*. Madrid: Universal Music Spain.

García, M<sup>a</sup> I., Zofio, J. L., Herrarte, A. y Moral, J. (2009). La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España. *Estudios de Economía Aplicada*. 27 (1), 61-86.

González, A. y Ramírez, J. (2008). *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*, Cádiz: Fundación Provincial de Cultura. Diputación de Cádiz.

Infante, B. (1980). *Orígenes de lo Flamenco y Secreto del Cante Jondo (1929-1933)*. Sevilla: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

Instituto de Marketing y Comunicación. (2001). *Diagnóstico del Sector de la Moda Flamenca Sevillano*. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Sevilla.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013a). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de: <http://www.ine.es/varipc/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013b). Recuperado el 10-10-13 de:  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35%2Fp010&file=inebase&L>

Junta de Andalucía. (2013a). Recuperado el 11 de agosto de 2013 de:  
<http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/centroandaluzflamenco/Presentacion/presenta.php>

Junta de Andalucía. (2013b). Recuperado el 11 de agosto de 2013 de:  
<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaf/opencms/portal/SobreNosotros/>

Khan, M. J. (1930). Cante jondo y cante sinogagales. *Revista de Occidente*, 30, 53-84.

LA BIENAL, (2013). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:  
<http://www.labienal.com/ediciones-antteriores/>

Lazzaretti, L., Boix, R., y Capone F. (2011). *Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries*. London: Routledge.

Macías, L. (2011). *Las Industrias Culturales en Estados Unidos* (Informe). EXTENDA. Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Nueva York.

Manfredi, D. (1961). *Rutas de España: Sevilla, Huelva, Cádiz*. Madrid: Publicaciones Españolas.

Martínez, J. (2008). *Manual Básico del Flamenco*. Madrid: Fundación Conservatorio Flamenco Casa Patas.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (MECD), (2012). *Anuario de Estadísticas Culturales 2011*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Ministerio de Cultura (MUC). (2013). *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009*. División de Estadísticas Culturales. Ministerio de Cultura. Madrid. Recuperado el 13 de agosto de 2013 de: <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/CSCE/>

Noya, J. (2002). *La imagen de España en el exterior. Estado de la cuestión*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). Recuperado el 21 de agosto de 2013 de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

Ortega, C. (2006). *El Impacto del Flamenco en las Industrias Culturales Andaluzas* (Tesina). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. (2003). *Proyecto Marca España*. Madrid: Cyan Proyectos y Productos Editoriales.

Rodríguez, F. (1929). *El alma de Andalucía en sus mejores coplas escogidas entre más de 22.000*. Madrid: Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos.

Rodríguez-Quilés, J. A. y Birgit, J. (2009). *Perspektiven einer Interkulturellen Musikpädagogik*. Potsdam. Universitätsverlag Potsdam.

Ruiz, J. y Pérez, A. (2011). *Estudio Económico sobre la importancia del Flamenco en las Industrias Culturales de Andalucía*. Instituto Andaluz del Flamenco. Consejería de Cultura. Sevilla.

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA). (2004). *La Demanda de Turismo de Flamenco en Andalucía*. Turismo Andaluz. Consejería de Turismo ,Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. Sevilla.

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). (2013). Recuperado el 11 de agosto de 2013 de: <http://www.sgae.es/acerca-de/nuestra-mision/>

Suárez, J. M. (2012). Portal del Flamenco y Universidad. Recuperado el 11-11-13 de : <http://flun.cica.es/index.php/numero-12/102-geografia-del-flamenco-flamenco-y-geografia/97-geografia-del-flamenco-flamenco-y-geografia> .

TERA Consultants (2010). *Building a Digital Economy: the importance of saving jobs in the EU's creative industries*. París: TERA Consultants.

Tomás, C. (2012). *El comercio electrónico 2012*. EAE Business School, Universitat de Barcelona. Barcelona.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2008). *Creative economy*. Report 2008, UNDP-UNCTAD, 2008. *Creative economy. Report 2008*. UNDP-UNCTAD. Genova-Nueva York.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2009). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Paris.

## CAPÍTULO VI: LA ECONOMÍA DEL FLAMENCO

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2010).

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.  
*Informe mundial, Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural.*  
París.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2013).

Recuperado el 10 de agosto de 2013 de:  
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2013).

Recuperado el 10 de octubre de 2013 de:  
<http://unctad.org/es/Paginas/AboutUs.aspx>

## **CONCLUSIONES, REFLEXIONES Y PROPUESTAS**

A modo de resumen, se enumeran a continuación las principales conclusiones alcanzadas a lo largo este estudio, para seguidamente elaborar reflexiones y propuestas surgidas también durante la elaboración del mismo, que van destinadas a profundizar nuestro conocimiento sobre el turismo y su conexión con el crecimiento económico y a prospectar métodos y formas para incentivarlo en nuestro país.



## CONCLUSIONES

- 1) La revisión literaria elaborada con la literatura publicada hasta comienzos de 2013, se sintetiza en un total de 87 estudios que analizaron la conexión entre el turismo y el crecimiento económico. Del total de esta muestra 55 concluyeron una relación unívoca entre el turismo y el crecimiento económico, 16 mostraron una correlación biunívoca, 9 un vínculo inverso y sólo en 4 no se apreció relación entre las variables.
- 2) El nivel de sofisticación en las técnicas econométricas empleadas en los análisis ha ido evolucionando a lo largo de la última década, lo que ha permitido afinar en la disección del fenómeno y por tanto en la obtención de conclusiones.
- 3) El tamaño (reducido) del país, que se mostró como un factor básico en los primeros ensayos, se diluyó según progresó el nivel econométrico, dando paso al grado de especialización como nuevo factor crítico, aunque con una clara tendencia marginal decreciente en el tiempo.
- 4) Una de las principales aportaciones de las últimas publicaciones fue la de mostrar la utilidad del turismo como instrumento de convergencia regional.
- 5) Existe una marcada sensibilidad del turismo a múltiples variables exógenas: crisis económicas, terrorismo, desastres naturales, estabilidad política y epidemias. Es decir, cualquier motivo que transmita peligro e infunda temor a viajar.
- 6) El turismo puede generar ingresos externos para los países, que bien empleados, pueden servir para adquirir medios que impulsen el crecimiento económico.

- 7) La capacidad de generación de crecimiento económico del turismo tiende a descender con el paso del tiempo.
- 8) Los valores de la productividad económica respecto al turismo tienden a disminuir cuando se introducen más variables explicativas además del turismo, cuando se incluyen variables temporales y cuando se utilizan variables instrumentales.
- 9) Las estimaciones metaanalíticas basadas en submuestras no dinámicas, al estar fundadas en estimaciones que no incluyen otras variables de crecimiento económico, tienden a estar sobrevaloradas, obteniéndose un valor de elasticidad del 0,266. Las basadas en funciones dinámicas, oscilan en valores de elasticidad entre 0,0004 y 0,0123 a corto plazo, para crecer hasta la horquilla del 0,002 y 0,110 a largo plazo.
- 10) En la década 2001-2010 España se situó en los puestos segundo y tercero a nivel mundial por número e ingresos de turistas. Estos ingresos supusieron el 11% de nuestro PIB y cubrieron el 52% de nuestro déficit comercial.
- 11) Nuestras principales fortalezas como destino turístico mundial son: nuestros recursos naturales, nuestro clima, nuestra cultura, nuestras infraestructuras y nuestro nivel de estabilidad y seguridad.
- 12) Las debilidades más pronunciadas de nuestro sector turístico exterior pueden enumerarse en: fuerte concentración de la demanda en pocos países (en 2010, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Holanda emitieron el 67% de nuestros visitantes), marcada competencia de los países del mediterráneo oriental en el segmento de bajo precio y elevada aglutinación de la demanda en pocas Comunidades Autónomas.

13) El turismo internacional durante la primera década del s. XXI experimentó profundos cambios en los medios de transporte utilizados y como consecuencia en sus necesidades. De lo primero los hitos más destacables son el número de pasajeros de las compañías de bajo coste (se multiplicaron por dieciséis) y el de cruceros (creció un 66%). De lo segundo, que es corolario de lo primero, la expansión del turismo urbano.

14) Los principales indicadores del turismo internacional en España tuvieron un comportamiento desigual en la primera década del s. XXI. Por un lado, en el período 2001-2010 el número de turistas no residentes aumentó un 7,4%, y el de las pernотaciones en establecimientos hoteleros el 4,5%. Pero por otro, el gasto de estos turistas no residentes se redujo en un -5,12% en el ciclo 2003-2010 y la estancia media en establecimientos hoteleros oficiales un -3,6%.

15) A nivel regional el turismo extranjero se concentró en seis Comunidades Autónomas: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valencia y Comunidad de Madrid. En 2010, Cataluña ostentaba el liderazgo nacional tanto en número de turistas no residentes (25%), como en el gasto de estos turistas (21%) y el tercer puesto en pernотaciones de turistas no residentes (19%). Baleares ocupaba el segundo lugar en número de turistas no residentes (18%), el tercero en el gasto (18%) y el liderazgo en las pernотaciones (28%). Las Islas Canarias se posicionaban en un tercer puesto en número de turistas (18%), y en un segundo en el gasto (18%) y en las pernотaciones (26%). Andalucía se situó en cuarto lugar, tanto en número de turistas (15%), como en el gasto de estos turistas (16%), y en el número de pernотaciones (11%). La Comunidad de Madrid alcanzó la sexta posición en número de turistas (7%), y la quinta en gasto (10%) y en pernотaciones (6%). Finalmente la Comunidad

Valenciana se situó en quinto lugar en número de visitantes no residentes (10%) y el sexto en gasto (9%) y en el número de pernoctaciones (5,6%).

16) La elasticidad de la productividad provincial con relación al turismo en España oscila entre el 0,10 y el 0,11 (según la variable *proxy* elegida) y es del 0,07 para la productividad regional.

17) El turismo contribuyó en el periodo 1999-2008 con un 9,61% al crecimiento económico de las provincias españolas y con un 13,19% al de las Comunidades Autónomas.

18) Las diferencias de productividad de las provincias respecto a la media nacional pueden ser explicadas en un 18,13% por las diferencias de capital turístico de las mismas. Y en un 19,56% para el caso de las regiones.

19) El análisis dinámico del turismo de nuestro país muestra un crecimiento económico a corto plazo positivo, aunque reducido (4%) en comparación con los valores obtenidos a largo plazo. Lo que demuestra que los efectos económicos del turismo precisan de varios períodos para lograr un efecto completo.

20) Las industrias culturales y creativas europeas supusieron de media en 2008 el 6,9% del valor añadido y el 6,5% del empleo. En España estos sectores aportaron el 5,6% del valor añadido y emplearon al 6,1% de la población activa en el mismo año. El Flamenco es nuestro más claro referente cultural fuera de España.

21) Como industria el Flamenco está compuesto por nueve sectores: textil, calzado, complementos, instrumentos musicales, audiovisual, revistas y libros, espectáculos, docencia y turismo.

22) El mayor número de aficionados al Flamenco se concentra en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Madrid, Cataluña y Extremadura (suman conjuntamente el 91% de las academias de Flamenco nacionales y el 93% de las peñas). Destaca entre ellas Andalucía, que reúne ella sola el 49% de las academias y el 72% de las peñas.

23) La industria del Flamenco generó un impacto económico de 719,4 millones de euros en 2009, equivalente al 0,07% del PIB nacional, y al 2,42% del PIB de las industrias culturales en España. Por sectores, el turismo cifró el 85,8% con 616,94 millones de euros, la moda flamenca (textil, calzado y complementos) el 6,2% con 44,42 millones de euros, los espectáculos (incluyendo Bienal de Sevilla, Festival de Jerez y peñas) el 4,3% con 30,93 millones de euros, el sector audiovisual con 20 millones el 2,8% y la docencia con 7,15 millones el 1%.

24) A nivel internacional, el Flamenco se encuentra en diversos estadios de implantación: madurez (Japón), crecimiento (Francia, Alemania, Estados Unidos), introducción (China, Corea, Canadá, Italia, Bélgica, Holanda, Reino Unido, Rusia, Suiza...).

## REFLEXIONES Y PROPUESTAS

- 1) El análisis realizado de la literatura sobre turismo y desarrollo económico indica que se debe insistir en la elaboración de estudios basados en dinámica no lineal.
- 2) El efecto “fatiga turística” o “cansancio psicológico” de los turistas a lo largo del tiempo, obliga al sector al cuestionamiento periódico del modelo estratégico de productos turísticos ofertados, renovando los productos existentes e innovando con la creación de nuevos productos. Todo con un objetivo claro de orientación de la oferta al mercado y de la creación de valor añadido diferencial.
- 3) La amplia producción científica actual de artículos sobre la hipótesis *TLG* (el turismo impulsa el crecimiento), posibilitará en un futuro próximo, la elaboración de metaanálisis sobre grupos específicos de países, lo que permitirá cuantificar la relación turismo/crecimiento económico en muestras más reducidas de países.
- 4) Asimismo una mayor literatura científica sobre este campo de investigación posibilitará extender el estudio de la sensibilidad del sector turístico a las variables exógenas relacionadas con el clima de seguridad y confianza o con las coyunturas macroeconómicas nacionales o mundiales.
- 5) Tanto las Administraciones Públicas como el sector privado deben seguir con mucha atención los cambios en la demanda. En la década objeto de nuestro estudio, fenómenos nuevos como las líneas aéreas de bajo coste, el nuevo turismo de cruceros o el turismo de motivación cultural, han cambiado sustancialmente las necesidades y beneficios buscados por los demandantes del producto turismo.

6) La fuerte conexión entre el turismo y las diferencias de productividad provincial y regional que se ha demostrado en este trabajo, debe impulsar políticas públicas que fomenten turismos innovadores alternativos (rural, cultural, temático, deportivo, enológico, familiar, medioambiental...), como medio que ayude a la convergencia económica entre las regiones y las provincias del país, especialmente en las ajenas al turismo de sol y playa.

7) España cuenta con uno de los mejores patrimonios culturales del mundo. Este activo permite la creación de eventos culturales temáticos periódicos, como mecanismo de incentivación del turismo cultural, basados por ejemplo, en la figura de un pintor, de un escultor, de un escritor, de un determinado suceso histórico... Para el caso particular del Flamenco se pueden potenciar y desarrollar los eventos existentes (Bienal de Flamenco de Sevilla, Festival Flamenco de Jerez) o incluso crear nuevas efemérides complementarias. En todos estos instrumentos de fomento del turismo cultural, se vuelve imprescindible la colaboración de las administraciones públicas entre sí y de éstas con la iniciativa privada.

8) Para una correcta valoración económica de sectores culturales nacionales concretos como el Flamenco, resulta urgente la creación de epígrafes específicos en la CNAE, que permitan la desagregación de datos precisa, para una correcta cuantificación económica de estos sectores.

9) En la industria cultural y creativa se hace necesaria una homologación a nivel mundial (o como mínimo europeo) de términos y de los sectores que las componen. Estableciendo definiciones consensuadas de conceptos como: industria cultural,

## CONCLUSIONES, REFLEXIONES Y PROPUESTAS

industria creativa, industria del ocio e industria de la propiedad intelectual, así como los sectores económicos que se incluyan en cada caso.

10) Sería aconsejable la creación de una Cuenta Satélite del Flamenco para Andalucía, que permita un mejor conocimiento económico de esta industria cultural autóctona.



## REFERENCIAS TRABAJO COMPLETO

Adamou, A. y Clerides, S. (2010). Prospects and limits of tourism-led growth: The international evidence. *Review of Economic Analysis*, 3, 287-303.

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.

Ahmed, J., y Kwan, A.C. (1991). Causality between exports and economic growth. *Economics Letters*, 37, 243-248.

Alcaide, P. (2010). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2009. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2000). Magnitudes Económicas Provinciales. Años 1985 a 1999. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2001). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 1995 a 2000. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2006). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2005. FUNCAS, Madrid.

Alcaide, J., Alcaide, P. (2009). Balance Económico Regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2008. FUNCAS, Madrid.

- Algieri, B. (2006). International tourism specialization of small countries. *International Journal of Tourism Research*, 8, 1-12.
- Allen, M., Casey, M.K., Carson, E., Chopski, K., Considine, J., Donlin, M., Gaworska, K., Huebner, B., Kopaczewski, S. y Woods, V. (2002). Changing circumstances: the impact of marketing HIV treatment on AIDS education and prevention. Manuscrito no publicado. Michigan State University.
- Almendros, C. (1973). *Todo lo básico sobre el flamenco*. Barcelona: Ediciones Mundi Libro.
- Álvarez, A., Arias, C., Orea, L, 2006. Econometric testing of spatial productivity spillovers from public capital. *Hacienda Pública Española*, 178(3), 9-21.
- Amaghionyeodiwe, L.A. (2012). A causality analysis of tourism as a long-run economic growth factor in Jamaica. *Tourism Economics*, 18 (5), 125-1133.
- Antman et al. (1992). A comparison of results of meta-analyses of randomized control trials and recommendations of clinical experts. *JAMA*, 268, 240-248.
- Aoyama, Y. (2007). The role of consumption and globalization in a cultural industry: The case of flamenco. *Geoforum*. 38, 103-113.
- Aoyama, Y. (2009). Artists, Torists, and the State: Cultural Torism and the Flamenco Industry in Andalusia, Spain. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 80-104.
- Apergis, N., y Payne, J.E. (2012). Tourism and growth in the Caribbean –evidence from a panel error correction model. *Tourism Economics*, 18(4), 449-456.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Archer, B. (1976). *Demand Forecasting in Tourism*, Occasional Papers in Economics, No.9, Bangor: University of Wales Press.
- Archer, B. (1995). Importance of tourism for the economy of Bermuda. *Annals of tourism Research*, 22(4), 918-930.
- Arellano, M., y Bond, S. (2002). *Panel Data Estimation using DPD*. Oxford: Nuffield College.
- Arnqvist, G. y Wooster, D. (1995). Meta-analysis: synthesizing research findings in ecology and evolution. *TREE*, 10, 236-240.
- Arslanturk, Y., Balcilar, M. y Ozdemir, Z.A. (2011). Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28, 664-671.
- Arslanturk, Y., y Atan, S. (2012). Dynamic relation between economic growth, foreign exchange and tourism incomes: An econometric perspective on Turkey. *Journal of business, Economics & Finance*, 1(1), 30-37.
- Artal, A., Garcia, A. y Navarro, J.M. (2010). Factores determinantes de la duración de la estancia turística en un destino de sol y playa: El caso de la Región de Murcia. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 43-66.
- Baaijens, S.R. y Nijkamp, P. (2000). Meta-analytic methods for comparative and exploratory policy research: An application to the assessment of regional tourist multipliers. *Journal of Policy Modeling*, 22, 821-858.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Baaijens, S.R., Nijkamp, P. y Van Montfort, K. (1998). Explanatory meta-analysis for the comparison and transfer of regional tourist income multipliers. *Regional Studies*, 32, 839-849.
- Balaguer, J. y Cantavella-Jordà, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Banca March. (2012). *Informe del Sector Turístico. Resumen Ejecutivo*. Palma de Mallorca: Banca March.
- Banco de España, (2001 a 2010). Recuperado de: <http://www.bde.es/bde/es/areas/estadis/>
- Banerjee, A.V., y Duflo, E. (2003). Inequality and growth: what can the data say? *Journal of economic growth*, 8(3), 267-299.
- Barómetro OMT, 2012. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012 de: <http://www.e-unwto.org/content/rn1422/?p=38d57aa6eb5c4c44a59cf663ca52cad2&pi=3>
- Begg, C.B. y Mazumba, M. (1994). Operating characteristics of a rank correlation test for publication bias. *Biometrics*, 50, 1088-1101.
- Belisle, F. y Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents. *Annals of Tourism Research*, 8, 83-97.
- Belloumi, M. (2010). The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 50-560.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Bennett, E.M., Alpert, R., y Goldstein, A.C. (1954). Communications through limited response questioning. *Public Opinion Quarterly*, 18, 303-308.
- Beretvas, S.N., Suizzo, M.A., Durham, J.A. y Yarnell, L.M. (2009). A reliability generalization study of scores on Rotters and Nowicki-Strickkands locus of control scales. *Educational and Psychological Measurement*, 68, 97-119.
- Bhagwati, J. y Srinivasan, T. (1979). Trade policy and development in Dornbunsch, R., y Frenkel, J. (eds). *International Economic Policy: Theory and Evidence*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1-35.
- Bijmolt, T.H.A. y Pieters, R.G.M. (2001). Meta-analysis in marketing when studies contain multiple measurements. *Marketing Letters*, 12, 157-169.
- Birge, R.T. (1932). The calculation of errors by the method of least squares. *Physical Review*, 40, 207-227.
- Blundel, R., y Bond, S. (1998). *GMM estimation with persistent panel data: an application to production functions*. Paper presented at the Eighth International Conference on Panel Data. Göteborg University, June 11-12.
- Bonta, J., Gendreau, P. (1990). Reexamining the cruel and unusual punishment of prison life. *Law & Human Behavior*, 14, 347-372.
- Borenstein, M., Hedges, L., Higgins, J.P.T. y Rothstein, H.R. (2009). *Introduction to meta-analysis*. Chichester, UK: Wiley.
- Borrow, G. (1998). *The Zincali, an Account of the Gypsies of Spain*. London: J. Murray, 1841.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Boscá, J.E., Escribá, J., Ferri, J. y Murgui, M.J., (2010). La inversión en infraestructuras públicas: una panorámica y algunas conclusiones para las regiones españolas. D-2010-11 D.T. Dirección General de Presupuestos. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
- Botella, J. y Gambará, H. (2002). *Qué es el metaanálisis*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Botella, J. y Gambará, H. (2006). Cómo Hacer e Informar de un Metaanálisis. *International Journal of Clinical & Health Psychology*, 6(2), 425-440.
- Brau, R., Lanza, A., y Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980-2003. *Tourism Economics*, 13(4), 603-613.
- Brida, J.G., Risso, W.A., y Sánchez, E.J. (2008a). Tourism's impact on long-run Mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21), 1-8.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., y Risso, W.A. (2008b). Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay, *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 481-492.
- Brida, J.G., Barquet, A., y Risso, W.A. (2009c). Causality between economic growth and tourism expansion: empirical evidence from Trentino-Alto Adige. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(2), 87-98.
- Brida, J.G., Pereyra, S.J., Risso, W.A., Such M.J., y Zapata-Aguirre, S. (2009b). The tourism-led growth hypothesis: empirical evidence from Colombia. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(2), 13-27.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Brida, J.G., y Risso, W.A. (2009a). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 178-185.
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., Lionetti, S., y Risso, W.A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16 (3), 765–771.
- Brida, J.G., y Risso, W.A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(1), 14-28.
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P.D., y Zapata-Aguirre, S. (2011a). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-159.
- Brida, J.G., Punzo, L.F., y Risso, W.A. (2011b). Tourism as a factor of growth: the case of Brazil. *Tourism Economics*, 17(6) ,1375-1386.
- Bruno, G. (2005). Approximating the bias of the LSDV estimator for dynamic unbalanced panel data models. *Economic Letters*, 87, 361-6.
- Caglayan, E. Sak, N., y Karymshakov, K. (2012). Relationship between tourism and economic growth: A panel Granger causality approach. *Asian economic and Financial review* 2(5), 591-602.
- Calado, S. (2007). *El Negocio del Flamenco*. Sevilla: Signatura Ediciones de Andalucía
- Calantone, R.J., Di Benedetto, C.A. y Bojanic, D. (1987). A comprehensive review of the tourism forecasting literature. *Journal of Travel Research*, 26, 28-39.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Cantero, J. y Hernández, E. (2009). *La Economía Sevillana del Flamenco*. Cámara Comercio Sevilla. Sevilla: Confederación Empresarios de Sevilla.
- Capó, J., Riera Font, A., y Rosselló Nadal, J. (2007a). Tourism and long-term growth. A Spanish perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 709-726.
- Capó, J., Riera Font, A., y Rosselló Nadal, J. (2007b). Dutch disease in tourism economics: Evidence from the Balearics and the Canary Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 615-627.
- Cappelleri, J.C., Ioannidis, J.P., Schmid, C.H., de Ferranti, S.D., Aubert, M., Chalmers, T.C. y Lau, J. (1996). Large trials vs. meta-analysis of smaller trials: how do their results compare? *Journal of the American Medical Association*, 276(16), 1332-1338.
- Carlsen, J. y Boksberger, P. (2011). The blending of wine and tourism experiences: A metaanalysis. En M.J. Gross (Ed.). *CAUTHE 2011 National conference tourism: creating a brilliant blend* (pp. 983-989). Adelaide, S.A.: University of South Australia.
- Castillo-Manzano, J.I. y Castro-Nuño, M. (2012). Driving licenses based on points system: an efficient road safety strategy or a global fashion transport policy? A worldwide meta-analysis. *Transport Policy*, 21, 191-201.
- Castillo-Manzano, J. I., López, L., Pazos, M. L., Molina, J. A., Asencio, J. P. (2005). *Análisis Económico y Prospectiva del Sector de la Moda de Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla.



## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Castro-Nuño, M., Molina-Toucedo, J.A. y Pablo-Romero, M.P. (2013). Tourism and economic growth: A meta-analysis of panel data studies. *Journal of Travel Research*, 52 (6), 745-758.
- Cazes, G. (1992). *Tourisme et tiers-monde: Un bilan controversé*, Paris: L'Harmattan.
- Céspedes, A.J. (1995). El metaanálisis. *Revista Cubana de Medicina Militar*. Julio-Diciembre 1995.
- Chalmers, T.C. (1987). *Meta-analysis in clinical medicine*. Comunicación presentada al 100<sup>th</sup> Annual Meeting of the American Clinical & Climatological Association. Ponte Vedra Beach, Florida, octubre.
- Chalmers, T.C., Hedges, L.V. y Cooper, H. (2002). A brief history of research synthesis. *Evaluation y the Health Professions*, 25, 12-37.
- Chappell, F. M., Raab, G.M. y Wardlaw, J.M. (2009). When are summary ROC curves appropriate for diagnostic meta-analyses? *Statistics in Medicine*, 28, 2653-2668.
- Chen, C.-F. y Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.
- Chen, C-F. y Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.

- Chu, H., Nie, L., Cole, S.R. y Poole, C. (2009). Meta-analysis of diagnostic accuracy studies accounting for disease prevalence: alternative parametrizations and model selection. *Statistic in Medicine*, 28, 2384-2399.
- Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), (2013). Recuperado el 11 de Noviembre de: <http://www.cnae.com.es/>
- Clearly, R.J. y Casella, G. (1997). An application of Gibbs sampling to estimation in meta-analysis: accounting for publication bias. *Journal of Educational & Behavioral Statistics*, 22, 141-154.
- Cochran, W.G. (1937). Problems arising in the analysis of a series of similar experiments. *Journal of the Royal Statistical Society*, Supplementary, 4, 102-118.
- Cochran, W.G. (1954). The combination of estimates from different experiments. *Biometrics*, 10, 101-129.
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 37-46.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences. (2nd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Collins, R., Gray, R., Godwin, J. y Peto, R. (1987). Avoidance of large biases and large random errors in the assessment of moderate treatment effects: The need for systematic overviews. *Statistics in Medicine*, 6, 245-250.

- Comisión Europea. (2013). Euro-Aid. Cooperation office. Recuperado el 01-05-2013.  
[http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too\\_pan\\_res\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too_pan_res_es.pdf)
- Consejería de Cultura. (2007). *Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía (PECA)*.  
Sevilla: Junta de Andalucía.
- Cooper, H. (1998). *Synthesizing research: A guide for literature reviews*. Thousand Oaks, CA. Sage.
- Cooper, H. y Hedges, L.V. (1994). *The handbook of research synthesis*. New York: Russell. Sage.
- Cortés-Jiménez, I. (2010). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10, 12-139.
- Cortés-Jiménez, I. y Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 13, 61-74.
- Cortés-Jiménez, I., Nowak, J., y Sahli, M. (2011) Mass beach tourism and economic growth: lessons from Tunisia. *Tourism Economics*, 17 (3), 531-547.
- Croes, R., y Vanegas Sr., M. (2008). Cointegration and causality between tourism and poverty reduction. *Journal of Travel Research*, 47, 94-103.
- Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 22, 103-118.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Dann, G., Nash, D. y Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 15, 1-28.
- Davis, D., Allen, J. y Consenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- De Dominicis, L., Florax, R.J. y De Groot, H.L. (2008). A meta-analysis on the relationship between income inequality and economic growth. *Scottish Journal of Political Economy*, 55, 654-682.
- De La Calle, M. y García, M. (2010). Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid. *Anales de Geografía*, 30(2), 31-58.
- De la Fuente, A. (1996). Infraestructuras y productividad. Un panorama de la evidencia empírica. *Información Comercial Española*, 757, 25-41.
- DEFLAMENCO. (2013). *Guía del Flamenco*. Recuperado el 02-04-13. <http://www.deflamenco.com/guia-flamenco-escuelas-y-estudios.html>
- Delgado-Rodríguez, M. (2001). Glossary on meta-analysis. *Journal of Epidemiology. Commun Health*, 55, 534-536.
- Demets, D. L. (1987). Methods for combining randomized clinical trials: Strengths and limitations. *Statistics in Medicine*, 6, 341-348.
- Demiröz, D.M., y Ongan, S. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Ekonomický časopis*, 09, 880.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Dendaluze, I. (1997). La validez teórica de la investigación empírica en Ciencias Sociales. *Revista Internacional de Estudios Vascos*, 42, 1, 1997, 77-101.
- Department of Communications and Arts. (1994). *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*. Canberra: Office for the arts.
- Diccionario Real Academia de la Lengua (DRAE) (2013). Madrid: Real Academia Española.
- Dolado, J.J., y Lütkepohl, H. (1996). Making Wald tests work for cointegrated VAR system. *Econometric Reviews*, 15(4), 369-386.
- Doucouliafos, H. y Paldam, M. (2008). Aid effectiveness on growth: A meta study. *European Journal of Political Economy*, 24, 1-24.
- Doucouliafos, H. y Ulubaşoğlu, M.A. (2008). Democracy and economic growth: A meta-analysis. *American Journal of Political Science*, 52, 61-83.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Dritsakis, N. (2011). Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach. *Tourism Economics*, 18, 801-816.
- Dritsakis, N. (2012). Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: a panel data approach. *Tourism Economics*, 18(4), 801-816.

- Durbarry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 862-65.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389-401.
- Duval, S. y Tweedie, R. (2000). Trim and fill: a simple funnel plot based method of testing and adjusting for publication bias in meta-analysis. *Biometrics*, 56, 455-463.
- Dwyer, L., Forsyth, P., y Spurr, R. (2004). Evaluating tourisms economic effects: New and old approaches. *Annals of Tourism Research*, 25, 307-317.
- Eddy, D.M., Hasselblad, V. y Shachter, R. (1995). *Meta-analysis by the confidence profile methods: The statistical synthesis of evidence*. Boston, MA: Academic Press.
- Eeckels, B., Filis, G., y León, C. (2012). Tourism income and economic growth in Greece empirical evidence from their cyclical components. *Tourism Economics*, 18(4), 817-834.
- Egatur. (2004 a 2011). *Encuesta del gasto turístico*. Instituto de Estudios Turísticos (IET).Madrid: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.
- Egger, M., Smith, G.D., Altman, D.G. (2001). *Systematic reviews in health care: Meta-analysis in context, (2nd ed.)*. London: BMJ Books.
- Egger, M., Smith, G.D., Schneider, M. y Zinder, Ch. (1997). Bias in meta-analysis detected by a simple, graphical test. *British Medical Journal*, 31, 629-634.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Ekanayake, E.M., y Long, A.E. (2012). Tourism development and economic growth in developing countries. *The International Journal of Business and Finance Research*, 6(1), 51-63.
- Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía. (2006). *Impacto Turístico de Eventos en Andalucía. Bienal de Flamenco 2006*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.
- Empresa Pública Gestión Deporte y Turismo de Andalucía. (2008). *Impacto Turístico de Eventos en Andalucía. Bienal de Flamenco 2008*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.
- Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). (2001 a 2010). Instituto Nacional de Estadística. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Ericsson, N.R., Irons, J.S., y Tryon, R.W. (2001). Output and inflation in the long-run. *Journal of Applied Economic*, 16, 241-253.
- Estatuto de Autonomía para Andalucía. (2007). *Centro de publicaciones no oficiales*. Parlamento de Andalucía. Sevilla.
- Esteban, Á. (1987). Análisis de la demanda: Aplicación a la actividad turística de las técnicas de predicción. Madrid. Universidad Complutense.
- Esteban, Á. (2004). Modelo de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia. *Mediterráneo Económico*, 5, 81-101.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

Eugenio-Martín, J.L., Morales, N.M. y Scarpa, R. (2004). *Tourism and economic growth in Latin American countries: a panel data approach*. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro 26.

European Cruise Council, 2010. *The Cruise Industry: Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe.2010 Edition*.G.P. Wild (International) Limited and Business Research & Economic Advisors.

Exceltur. (2004 a 2011). *Perspectivas Turísticas*. Madrid: Exceltur.

Exceltur. (2004). *Evolución del turismo en España*. Madrid: Exceltur

Exceltur. (2012). Recuperado el 11 de Noviembre de 2012 de:

[http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/conozca\\_que\\_es.aspx](http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/conozca_que_es.aspx).

Extenda UPN Japón (2007). *Nota Sectorial. El Flamenco en Japón*. Tokio.

Extenda UPN Nueva York. (2011). *Las Industrias Culturales en Estados Unidos. Especial referencia al Mundo Flamenco*. New York.

Falla, M. (1972). *Escritos sobre Música y Músicos*. Madrid: Espasa-Calpe.

Farley, J.U. y Lehmann, D.R. (1986). *Meta-analysis in marketing: generalization of response models*. Lexington, MA: Lexington Books.

Fayissa B., Nsiah C. y Tadasse B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14, 807-818.

Fayissa B., Nsiah C. y Tadasse B. (2009). *Tourism and economic growth in Latin American countries (LAC): Further empirical evidence*. Working Papers



BIBILIGRAFIA COMPLETA

- 200902, Middle Tennessee State University, Department of Economics and Finance.
- Field, A. P. y Gillet, R. (2010). How to do a meta-analysis. *British Journal of Mathematical & Statistical Psychology*, 63, 665-694.
- Figini, P., y Vici, L. (2010). Tourism and Growth in a Cross-Section of Countries. *Tourism Economics*, 16(4), 789-805.
- FLAMENCÓPOLIS. (2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2013 de:  
<http://www.flamencopolis.com/>
- Fleiss, J.L. (1993). The statistical basis of meta-analysis. *Statistical Methods in Medical Research*, 2, 121-149.
- Fletcher, J.E., y Archer B. (1991). The Development and Application of Multiplier Analysis in Cooper, C.P. (Ed.). *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* 1, London: Belhaven.
- Frontur. (2000 a 2011). *Movimientos turísticos en fronteras* (Frontur). Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.
- Frontur. (2013). Recuperado el 11 de septiembre de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/metodologia/paginas/referenciametodologica.aspx>
- Gamboa, J. M. (2007). *Enciclopedia de los Estilos del Flamenco. De la A a la Z*. Madrid: Universal Music Spain.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- García, M<sup>a</sup> I., Zofío, J.L., Herrarte, A. y Moral, J. (2009). La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España. *Estudios de Economía Aplicada*, 27 (1), 61-86.
- Ghali, M. (1976). Tourism and economic growth an empirical study, *Economic Development and Cultural Change*, 24(3), 527-538.
- Giles, J.A., y Williams, C.L. (2000a). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results, part 1. *Journal of International Trade and Economic Development*, 9 (4), 265-341.
- Giles, J.A., y Williams, C.L. (2000b). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results, part 2. *Journal of International Trade and Economic Development*, 9 (4), 445-470.
- Glass, G.V. (1976). Primary, secondary, and meta-analysis of research. *Educational Researcher*, 5, 3-8.
- Glass, G.V. (1977). Integrating findings: the meta-analysis of research. *Review of Research in Education*, 5, 351-371.
- Glass, G.V., McGaw, B. y Smith, M.L. (1981). *Meta-analysis in social research*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- Gocovali, U. (2010). Contribution of Tourism to economic growth in Turkey. *An International Journal and Tourism and Hospitality Research* 21, (1), 139-153.
- Gómez-Antonio, M., y Fingleton, B. (2012). Regional productivity variation and the impact of public capital stock: an analysis with spatial interaction, with reference

- to Spain. *Applied Economics*. 44 (28), 3665-3677.
- González, A. y Ramírez, J. (2008). *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*, Cádiz: Fundación Provincial de Cultura. Diputación de Cádiz.
- Granger, C. (1988). Some recent developments in a concept of causality. *Journal of Econometrics*, 39, 99-211.
- Gray, H.P. (1970). *International Arrivals: International Trade*. Lexington, MA: D. C. Heath.
- Gunduz, L. y Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?. *Applied Economics Letters*, 12, 499-504.
- Hafdahl, A.R.(2009). Improved Fisher z estimators for univariate random-effects metaanalysis of correlations. *British Journal of Mathematical & Statistical Psychology*, 62, 233-261.
- Hazari, B.R., y Sgro, P.M. (1995). Tourism and Growth in a Dynamic Model of Trade. *Journal of International Trade & Economic Development*, 4, 243-52.
- He, L-H., y Zheng, X-G. (2011). Empirical analysis on the relationship between tourism development and economic growth in Sichuan. *Journal of Agricultural Science*, 3 (1), 212-217.
- Headey, D. y Hodge, A. (2009). The effect of population growth on economic growth: a meta-regression analysis of the macroeconomic literature. *Population and Development Review*, 35, 221-248.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Hedges, L.V. y Olkin, I. (1985). *Statistical methods for meta-analysis*. Orlando, FL. Academic Press.
- Helpman, E. y Krugman, P. (1985). *Market structure and foreign trade*. Cambridge: MIT Press.
- Herzer, D., y Vollmer, S. (2012). Inequality and growth: evidence from panel cointegration. *The Journal of Economic Inequality*, 10(4), 489-503.
- Higgins, J.P.T. y Thompson, S.G., Deeks, J.J., Altman, D.G. (2003). Measuring inconsistency in meta-analyses. *British Medical Journal*, 327, 557-560.
- Holtz-Eakin, D. y Schwartz A. (1995). *Spatial Productivity Spillovers from Public Infrastructure: Evidence from State Highways*, National Bureau of Economic Research, Working Paper 5004.
- Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32, 922-933.
- Hosteltur. (2007). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de: <http://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/01/f6bfd77903b762e7.pdf>
- Hosteltur. (2013). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de: [http://www.hosteltur.com/162460\\_tendencias-turismo-urbano-claves-exito-mercado-oferta.html](http://www.hosteltur.com/162460_tendencias-turismo-urbano-claves-exito-mercado-oferta.html)
- Hsiao, Ch. (2003). *Analysis of Panel Data*. Cambridge: Cambridge University Press.

Huberty, C. J. (2002). A history of effect size índices. *Educational & Psychological Measurement*, 62, 227-240.

Husein, J., y Murat Kara, S. (2011). Research note: Re-examining the tourism-led growth hypothesis for Turkey. *Tourism Economics*, 17 (4), 917-924.

Hye, A. y Khan, A. (2013). Tourism-led growth Hypothesis: a case study of Pakistan. *Asia Pacific Journal Tourism Research*, 17 (4), 303-313.

Iccaworld. (2013). Recuperado el 20 de septiembre de 2013 de:  
<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>

Indesmundi. (2013). Recuperado el 5 de julio de 2013.  
<http://www.indexmundi.com/es/precios-de-mercado/?mercancia=petroleo-crudo&meses=180>.

Infante, B. (1980). *Orígenes de lo Flamenco y Secreto del Cante Jondo (1929-1933)*. Sevilla: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2010). *Compañías aéreas de bajo coste*. Madrid: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2012a). Balance del Turismo 2011.  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisis-turistico/balantur/anuales/Balance%20del%20turismo%20en%20Espa%C3%B1a.%20A%C3%B1o%202011.pdf>

Instituto de Estudios Turísticos (IET). (2012b). Encuesta de Ocupación Hotelera

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turístico (IET). (2013a). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turístico (IET). (2013b). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turístico (IET). (2013c). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turístico (IET). (2013d). Recuperado el 16 de agosto de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/ocupatur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Estudios Turístico (IET). (2013e). Recuperado el 16 de agosto de 2013 de:  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/habitur/Paginas/default.aspx>

Instituto de Marketing y Comunicación (2001). *Diagnóstico del Sector de la Moda Flamenca Sevillano*. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Sevilla.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2001 a 2010). Recuperado de:  
<http://www.ine.es/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2011. Recuperado el 9 de agosto de 2013 de :  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe179%2F&file>

BIBILIGRAFIA COMPLETA

Instituto Nacional de Estadística. (INE), (2012). Contabilidad Regional de España.  
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t35/p010/homoge/10/&file=02001.px&type=pcaxis&L=0>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013a). Recuperado el 10 de agosto de 2013 de:  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35%2Fp011&file=inebase&L=0>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013a). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de: <http://www.ine.es/varipc/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013b). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de:  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35%2Fp010&file=inebase&L>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013c). Recuperado el 22 de agosto de 2013 de: <http://www.ine.es/varipc/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013b). Recuperado el 20 de agosto de 2013 de  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft11/e162eoh&file>

Ivanov, S., y Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379-388.

- Jin, J.C. (1995). Export-led growth and the four little dragons. *The Journal of International Trade and Economic Development*, 4, 203-215.
- Jin, J.C. (2011). The Effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, XX(X), 1-8.
- Johansen, S. (1995). *Likelihood-based inference in cointegrated vector autoregressive models*, Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, P., y Ashworth, J. (1990). Modelling Tourism Demand: A Summary Review. *Leisure Studies*, 9 (2), 145-60.
- Junta de Andalucía. (2013a). Recuperado el 11 de agosto de 2013 de: <http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/centroandaluzflamenco/Presentacion/presenta.php>
- Junta de Andalucía. (2013b). Recuperado el 11 de agosto de 2013 de: <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaf/opencms/portal/SobreNosotros/>
- Kadir, N., y Jusoff, K. (2010). The cointegration and causality tests for tourism and trade in Malaysia. *International Research Journal of Finance and Economics*, 2(1), 138-143.
- Kaplan M., y Celik, T. (2008). The impact of tourism on economic performance: the case of Turkey. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 2(1), 13-18.
- Katircioglu, S.T. (2007). Tourism, trade and growth: the case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.



## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Katircioglu, S.T. (2009a). Revising the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17-20.
- Katircioglu, S.T. (2009b) Testing the tourism-led growth hypothesis: The case of Malta. *Acta Oeconomica*, 59(3), 331-343.
- Katircioglu, S.T. (2010a). Testing the tourism-led growth hypothesis for Singapore – an empirical investigation from bounds test to cointegration and Granger causality tests. *Tourism Economics*, 16(4), 1095-1101.
- Katircioglu, S.T. (2010b). International Tourism, Higher Education and Economic Growth: The Case of North Cyprus. *The World Economy*, 33(12), 1955-1972.
- Katircioglu, S. (2011). Tourism and Growth in Singapore. New extension from bounds test to level relationship and conditional Granger causality tests. *The Singapore Economic Review*, 56(3), 441-453.
- Keintz, R.M. (1971). A Study of the Demand for International Travel to and from the United States. *American Economist*, 15 (1), 137-38.
- Kelejian, H.H., y Robinson, D. P. (1997). *Infrastructure productivity estimation and its underlying econometric specification: a sensitivity analysis*. Papers of Regional Science, 76 (1), 115-131.
- Khalil, S., Mehmood K.K., y Waliullah, K. (2007). Role of tourism in economic growth: Empirical evidence from Pakistan economy. *The Pakistan Development Review*, 46 (4), Part II, 985-995.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Khan, H., Rex, T.S., y Chua, L. (2005). Tourism and trade: cointegration and Granger causality tests, *Journal of Travel Research*, 44,171-176.
- Khan, H., Seng, C. y Cheong, W. (1990). Tourism multipliers effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 408-418.
- Khan, M. J. (1930). Cante jondo y cante sinogagales. *Revista de Occidente*, 30, 53-84.
- Kim, H.J., Chen, M.H. y Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.
- Kim, S.S., y Wong, K.K.F. (2006). Effects of news shock on inbound tourism demand volatility in Korea. *Journal of Travel Research*, 44, 457-466.
- Kohn, R., Levav, I., Zolodek, S. y Richter, M. (1999). Affective disorders among Jews: a historical review and meta-analysis. *History of Psychiatry*, X, 245-267.
- Kreishan, F.M.M. (2010). Tourism and economic growth: The case of Jordan. *European Journal of Social Sciences*, 15(2), 63-68.
- Kremers, H., Nijkamp, P. y Rietveld, P. (2002). A meta-analysis of Price elasticities of transport demand in a general equilibrium framework. *Economic Modelling*, 19, 463-485.
- Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, 188-292.

- Kulendran, N., y Wilson, K. (2000). Is there a relationship between international trade and international arrivals? *Applied Economics*, 32(8), 1001-1009.
- Kumar, R.R., y Kumar, R. (2012). Exploring the nexus between information and communications technology, tourism and growth in Fiji. *Tourism Economics*, 18(2), 359-371.
- Kwan, A.C., y Cotsomotis, J. (1991). Economic growth and the expanding export sector: China 1952-1985. *International Economic Review*, 5, 105-117.
- LA BIENAL. (2013). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de: <http://www.labienal.com/ediciones-anteriores/>
- Laird, N., Fitzmaurice, G. y Ding, X. (2010). Comments on empirical vs natural weighting in random effects meta-analysis. *Statistics in Medicine*, 29, 1266-1267.
- Lanza A. y Pigliaru F. (2000). Tourism and economic growth: does country's size matter? *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 47, 77-85.
- Lanza A. y Pigliaru F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13, 603-613.
- Lanza, A., Temple, P. y Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: an econometric analysis for 13 OCDE economies. *Tourism Management*, 24, 315-321.

- Lau, R.R., Sigelman, L., Heldman, C. y Rabbitt, P. (1999). The effects of negative political advertisements: a meta-analytic assessment. *American Political Science Review*, 93, 851-875.
- Law, J., Boyle, J., Harris, F., Harkness, A. y Nye, C. (2000). Prevalence and natural history of primary speech and language delay: findings from a systematic review of the literature. *International Journal of Language & Communication Disorders*, 35, 165-188.
- Lazzaretti, L., Boix, R., y Capone F. (2011). *Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries*. London: Routledge.
- Lean, H.H. y Tang, C.F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for Malaysia? A note. *International Journal of Tourism Research*, 12, 375-378.
- Lee, C.-C. y Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look to panels. *Tourism Management*, 29, 80-192.
- Lee, C-C. y Chien, M-S. (2008). Structural breaks, tourism development, and growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77, 358-368.
- Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S. y Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55, 51-67.
- Letón, E. y Pedromingo, A. (2007). *Introducción al Análisis de Datos en Metaanálisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Levine, R., Loayza, N., y Beck, T. (2000). Financial intermediation and growth: Causality and causes. *Journal of Monetary Economics*, 46, 31-77.
- Light, R.J. y Smith, P.V. (1971). Accumulating evidence: procedures for resolving contradictions among different studies. *Harvard Educational Review*, 41, 429-471.
- Lim, C. (1999): A Meta-Analytic Review of International Tourism. *Journal of Travel Research*, 37, 273-284.
- Linn, R.L. y Hastings, C.N. (1984). A meta-analysis of the validity of predictors of performance in law school. *Journal of Educational Measurement*, 21, 245-259.
- Lionetti, S., y Gonzalez, O. (2012). On the relationship between tourism and growth in Latin America. *Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 15-24.
- Lipsey, M.W. y Wilson, D.B. (2001). *Practical meta-analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- Lopez-Pina, J. A., Sánchez-Meca, J, y Rosa-Alcázar, A. I. (2009). The Hamilton rating scale for depression: a meta-analytic reliability generalization study. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 9, 143-159.
- Lorde, T., Francis, B., y Drakes, L. (2011), Tourism Services exports and economic growth in Barbados. *The International Trade Journal*, 25 (2), 205-232.
- Louca, C. (2006). Income and expenditure in the tourism industry: time series evidence from Cyprus. *Tourism Economics*, 12 (4), 603-617.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Lucas, P.J., Baird, J., Arai, L., Law, C. y Roberts, H.M. (2007). Worked examples of alternative methods for the synthesis of qualitative and quantitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 7 (4).
- Lucas, R.E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- Macaskill, P., Walter, S.D. e Irwig, L. (2001). A comparison of methods to detect publication bias in meta-analysis. *Statistics in Medicine*, 20, 641-654.
- Macías, L. (2011). *Las Industrias Culturales en Estados Unidos* (Informe). EXTENDA. Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Nueva York.
- Malik, S., Chaudhry, I.S., Sheikh, M.R., y Farooqi, F.S. (2010). Tourism, economic growth and current account deficit in Pakistan: Evidence from co-integration and causal analysis. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 22, 1450-2275.
- Mamuneas, T.P., Savvides, A., Stengos, T., 2006. Economic development and the return to human capital: a smooth coefficient semiparametric approach. *Journal of Applied. Econometrics*. 21, 111-132.
- Manfredi, D. (1961). *Rutas de España: Sevilla, Huelva, Cádiz*. Madrid: Publicaciones Españolas.
- Manrique, R.D. (2002). El metaanálisis: Consideraciones sobre su aplicación. *Revista CES Medicina*, 16, 55-65.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Marin, D. (1992). Is the export-led hypothesis valid for industrialized countries? *Review of Economics and Statistics*, 4, 678-688.
- Marrocu, E., y Paci, R. (2011). They arrive with new information. Tourism flows and production efficiency in the European regions. *Tourism Management*, 32,750-758.
- Martín, J.L.R., Tobías, A. y Seoane, T. (Coords.) (2006). *Revisiones sistemáticas en ciencias de la vida*. Toledo: FISCAM.
- Martínez, J. (2008). *Manual Básico del Flamenco*. Madrid: Fundación Conservatorio Flamenco Casa Patas.
- Mas, M., Pérez, F. y Uriel, E. (2011). *El stock y los servicios de capital en España y su distribución territorial y sectorial (1964- 2010)*. Fundación BBVA.
- Massidda, C., y Mattana, P. (2013). A SVECM Analysis of the Relationship between International Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy. *Journal of Travel Research*, 52 (1), 93-105.
- Mayo, D.G. (1992). Did Pearson reject the Neyman-Pearson philosophy of statistics? *Synthese*, 90, 233-262.
- McGrew, W.C. y Marchant, L. F. (1997). On the other hand: current issues in and metaanalysis of the behavioral laterality of hand function in nonhuman primates. *Yearbook of Physical Anthropology*, 40, 201-232.
- McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constrain in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388-409.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Méndez, A. (2011). *Temario Específico de la ESTT-OEP*. Parte común: Seguridad vial. Madrid: Dirección General de Tráfico. Ministerio de Interior.
- Ministerio de Cultura (MUC). (2013). *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000- 2009*. División de Estadísticas Culturales. Ministerio de Cultura. Madrid. Recuperado el 13 de agosto de 2013 de: <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/CSCE/>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD). (2012). *Anuario de Estadísticas Culturales 2011*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Mishra, P. K., Rout H.B., y Mohapatra, S.S. (2011). Causality between tourism and economic growth: Empirical evidence from India. *European Journal of Social Sciences*, 18 (4), 518-527.
- Mosteller. F y Bush, R.R. (1954). Selected quantitative techniques. En G. Lindzey (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 289-334). Cambridge, MA: Addison- Wesley.
- Nakagawa, S., Ockendon, N., Gillespie, D.O. S., Hatchwell, B. J.y Burke, T. (2007). Assessing the function of house sparrows bib size using a flexible meta-analysis method. *Behavioral Ecology*, 18 (5), 831-840.
- Narayan, P.K., Narayan, S., Prasad, A. y Prasad, B.C. (2010). Tourism and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. *Tourism Economics*, 16, 169-183.



## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Nijkamp, P. y Poot, J. (2004). Meta-analysis of the effect of fiscal policies on long-run growth. *European Journal of Political Economy*, 20, 91-124.
- Nissan, E., Galindo, M.A., y Mendez, M.T. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Servic Industries Journal*, 31 (19), 1567-1572.
- Novick. M.R., Jackson, P.H., Thayer, D.T. y Cole, N.S. (1972). Estimating multiple regression in m groups: A cross-validation study. *British Journal of Mathematical & Esttistical Psychology*, 25, 22-50.
- Nowak, J-J., Sahli, M., y Cortés-Jiménez, I. (2007). Tourism, capital goods imports and economic growth: theory and evidence for Spain. *Tourism Economics*, 13(4), 515-536.
- Noya, J. (2002). *La imagen de España en el exterior. Estado de la cuestión*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos.
- O'Mara, A.J. y Marsh, H.W. (2008). *Incorporating Within-Study Correlations in Multivariate Meta-analysis: Multilevel Versus Traditional Models*. SELF Research Centre, University of Oxford. U.K.
- Obadiah, N.K, Odhiambo, N.M., y Njuguna, J.M. (2012). Tourism and Economic Growth in Kenya: An empirical investigation. *International Business & Economics Research Journal*, 11(5), 517-528.
- Odhiambo, N.M. (2011). Tourism development and economic growth in Tanzania: Empirical Evidence from the ARDL-Bounds Testing Approach. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies and Research*, 45 (3), 71-83.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
- Olkin, I. (1990). History and goals. En K. W. Wachter y M. L. Straf (Eds.). *The Future of Meta-analysis* (pp. 3-10). New York. Sage.
- Oludele, A., y Braimoh, L. (2010). International tourism and economic development in South Africa: a Granger causality test. *International Journal of Tourism Research*, 12, 149-163.
- Ongan S. y Demiröz D.M. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Ekonomicky casopis (Journal of Economics)* 53 (9), 880-894.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). Recuperado el 21 de agosto de 2013 de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Ortega, C. (2006). *El Impacto del Flamenco en las Industrias Culturales Andaluzas* (Tesina). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- Pablo-Romero, M.P. y Gómez-Calero, M.P. (2008). Análisis por provincias de la contribución del capital humano a la producción en la década de los noventa. *Investigaciones Económicas*, XXXII (1), 27-52.
- Palma-Pérez, S. y Delgado-Rodríguez, M. (2006). Practical considerations on detection of publication bias. *Gaceta Sanitaria*, 20, 10-16.
- Payne, J.E., y Mervar, A. (2010). The tourism–growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16 (4), 1089-1094.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Pearce, D.G. y Butler, R.W. (2010). *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Pedroni, P. (2000). Fully Modified OLS for heterogeneous cointegrated panels. *Advances in Econometrics*, 15, 93-130.
- Peipert, J.F. y Bracken, M.B. (1997). Systematic reviews of medical evidence: the use of meta-analysis in obstetrics and gynecology. *Obstetrics & Gynecology*, 89, 628-633.
- Pellegrini, A. y Zurita, L. (2004). Evaluación preliminar de la primera conferencia de consenso ciudadano en Chile. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 15(5), 351-357.
- Pesaran, M., Shin, H., y Smith, R.J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Pesaran, M.H., y Smith, R. (1995). Estimating long-run relationships from dynamic heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 68, 79-113.
- Peter, J.P. y Churchill, G. A. Jr. (1986). Relationship among reserarch design choices and psychometric properties of rating scales: A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 23, 1-10.
- Petitti, D.B. (1994). *Meta-Analysis, Decision Analysis, and Cost-Effectiveness Analysis: Methods for Quantitative Synthesis in Medicine*. New York: Oxford University Press.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Petticrew, M. y Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Malden, MA: Blackwell.
- Phillips, J.M. y Goss, E.P. (1995). The effect of state and local taxes on economic development: a meta-analysis, *Southern Economic Journal*, 62, 320-333.
- Phillips, P.C.B. y Hansen, B. (1990). Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with 1(1) Processes, *Review of Economic Studies*, 57, 99-125.
- Po, W-C. y Huang, B.-N. (2008). Tourism development and economic growth, a nonlinear approach. *Physica A*, 387, 5535-5542.
- Pradhan, B.K., y Subramanian, A. (2003). On the stability of demand for money in a developing economy: some empirical issues. *Journal of Development Economics*, 72, 335-351.
- Proenca, S. y Soukiazis, E. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal. *Center of studies for European Union*, 34-45.
- Proenca, S., y Soukiazis, E. (2008). Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), 791-806.
- Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. (2003). *Proyecto Marca España*. Madrid: Cyan Proyectos y Productos Editoriales.
- Reinvestigation. *Review of International Economics*, 4, 172-184.
- Rodríguez, F. (1929). *El alma de Andalucía en sus mejores coplas escogidas entre más de 22.000*. Madrid: Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos.

- Rodríguez-Quilés, J. A., Birgit, J. (2009). *Perspektiven einer Interkulturellen Musikpädagogik. Potsdam. Universitätsverlag Potsdam.*
- Rodríguez-Vález, J. Álvarez, A. y Arias, C. (2004). *Efecto desbordamiento de las infraestructuras: evidencia a partir de fronteras estocásticas.* Comunicación presentada a la XXX Reunión de Estudios Regionales, Barcelona, Noviembre.
- Romano, J. y Kromrey, J. D. (2009). What are the consequences in the assumption of independent observations is violated in reliability generalization studies? *Educational and Psychological Measurement*, 69 (3), 404-428.
- Rosenthal, R. (1995). Writing meta-analytic reviews. *Psychological Bulletin*, 118, 183-192.
- Rosenthal, R., y DiMatteo, M.R. (2001). Meta-analysis: Recent development in quantitative methods for literature reviews. *Annuary Review of Psycholl*, 52, 59-82.
- Rota, M., Bellocco, R., Scotti, I., Tramacere, I., Jenab, M., Corrao, G., La Vecchia, C., Boffetta, P. y Bagnardi, V. (2010). Random-effects meta-regression models for studying nonlinear dose-response relationship, with an application to alcohol and esophageal squamous cell carcinoma. *Statistics in Medicine*, 29, 2679-2687.
- Rücker, G., Schwarzer, G., Carpenter, J. y Schumacher, M. (2010). Comments on empirical vs natural weighting in random effects metaanalysis. *Statistics in Medicine*, 29, 2963-2966.

## BIBLIGRAFIA COMPLETA

- Ruiz, J. y Pérez, A. (2011). Estudio Económico sobre la importancia del Flamenco en las Industrias Culturales de Andalucía. *Instituto Andaluz del Flamenco. Consejería de Cultura*. Sevilla.
- Russ, G.R., Stockwell, B. y Alcalá, A.C. (2005). Inferring versus measuring rates of recovery in no-take marine reserves. *Marine Ecology Progress Series*, 292, 1-12.
- Ryan C. (2005). The ranking and rating of academics and journals in tourism research. *Tourism Management*, 26, 657-662.
- Sánchez-Meca, J. y Botella, J. (2010). Revisiones sistemáticas y metanálisis: herramientas para la práctica profesional. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 7-17.
- Sánchez-Meca, J. y Marín-Martínez, F. (2008). Confidence intervals for the overall effect size in random-effects meta-analysis. *Psychological Methods*, 13, 31-48
- Sánchez-Meca, J., Marín-Martínez, F. y López-López, J. A. (2011). Metaanálisis e intervención psicosocial basada en la evidencia. *Psychosocial Intervention*, 20(1), 95-107.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., Pérez-Rodríguez, J., y Cortés-Jiménez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism? *The World Economy*, 33(12), 1811-1835.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., y Pérez-Rodríguez, J. (2011). Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis. *Empirical Economics*, 41, 533-554.

- Sariisik, M., Turkay, O. y Akova, O. (2011). How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Schmidt, F.L. y Hunter, J.E. (1977). Development of a general solution to the problem of validity generalization. *Journal of Applied Psychology*, 62, 529-540.
- Schmidt, F.L. y Hunter, J.E. (2002). History, development, evolution, and impact of validity generalization and meta-analysis methods. *Educational & Psychological Measurement*, 62, 227-240.
- Schubert, F.S., Brida, J.G., y Risso, W.A. (2010). The impacts of international Tourism demand on economic growth of small economies dependent of tourism, *Tourism Management*, 32 (2), 377-385.
- Schulze, R. (2004). *Meta-analysis: A comparison of approaches*. Gottingen: Hogrefe y Huber Pub.
- Scott, W.A. (1955). Reliability of content analysis: the case of nominal scale coding.
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.
- Sengupta, J.K., y Espana, J. R. (1994). Exports and economic growth in Asian NICs: an econometric analysis for Korea. *Applied Economics*, 26, 41-51.
- Sequeira, T.N. y Campos. C. (2005). International Tourism and Economic Growth. *Natural Resources Management*, 14, 1-25.

- Sequeira, T.N. y Nunes, P.M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431-2441.
- Serrano, L., y Soler, A. (2010). Series de capital humano. IVIE, Valencia, <http://www.ivie.es/banco/caphumser07.php>
- Sheldon, P.J. (1990). A Review of Tourism Expenditure Research in Cooper, C.P. (ed.), *Progressin Tourism, Recreation and Hospitality Management 2*, London: Belhaven.
- Shelmit, I., Mugford, M., Vale, L., Marsh, K., Donaldson, C. y Durmmond, M. (2010). Evidence synthesis, economics and public policy. *Research Synthesis*, 1, 126-135.
- Sinclair, M.T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1-51.
- Singh, D.R. (2008). Small island developing states (SIDS). Tourism and economic development. *Tourism Analysis*, 13, 629-636.
- Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA). (2004). *La Demanda de Turismo de Flamenco en Andalucía*. Turismo Andaluz. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. Sevilla.
- Slavin, R. y Smith, D. (2009). The relationship between sample sizes and effect sizes in systematic reviews in education. *Education Evaluation & Policy Analysis*, 31, 500-506.



- Smith, D. L. (1999). Getting our act together: lessons on meaningful psychotherapy research from the philosophy of science. *Journal of Clinical Psychology*, 55, 1495-1505.
- Smith, V.K. y Kaoru, Y. (1990). Signals or noise? Explaining the variation in recreation benefit estimates. *Economic Letters*, 32, 267-272.
- Smith, V.K. y Pattanayak, S. K. (2002). Is meta-analysis a Noah's ark for non-market valuation? *Environmental & Resource Economics*, 22, 271-296.
- Snyder, P. y Lawson, S. (1990). Evaluating results using corrected and uncorrected effect size estimates. *Journal of Experimental Education*, 61, 334-349.
- Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). (2013). Recuperado el 11 de Agosto de 2013 de: <http://www.sgae.es/acerca-de/nuestra-mision/>
- Soukiazis, E., y Proenca, S. (2008). Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal: A panel data analysis at NUTS II and III levels. *Portuguese Economic Journal*, 7(1), 43-61.
- Srinivasan, P.K, Kumar, S., y Ganesh, L. (2012). Tourism and economic growth in Sri Lanka. *Environment and Urbanization*, 3(2), 397-405.
- Stanley, T.D. y Jarrell, S. B. (1989). Meta-regression analysis: a quantitative method of literatura surveys. *Journal of Economic Surveys*, 3, 161-170.
- Sterne, J.A.C., Egger, M. y Smith, G.D. (2001). Investigating and dealing with publication and other biases in meta-analysis. *British Medical Journal*, 323,101-105.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Sterne, J.A.C., Gavaghan, D. y Egger, M. (2000). Publication and related bias in meta-analysis: power of statistical tests and prevalence in the literature. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53, 1119-1129.
- Suárez, J. M. (2012). Portal del Flamenco y Universidad. Recuperado el 11-11-13 de : <http://flun.cica.es/index.php/numero-12/102-geografia-del-flamenco-flamenco-y-geografia/97-geografia-del-flamenco-flamenco-y-geografia> .
- Sugihara, G., May, R., Ye, H., Hsieh, C. H., Deyle, E., Fogarty, M., y Munch, S. (2012). Detecting causality in complex ecosystems. *Science*, 338 (6106), 496-500.
- Surugiu, C., y Surugiu, M.R. (2013). Is the tourism sector supportive of economic growth? Empirical evidence on Romanian tourism. *Tourism Economics*, 19(1), 115-132.
- Sutton, A.J., Abrams, K.R., Jones, D.R., Sheldon, T.A. y Song, F. (2000). *Methods for meta-analysis in medical research*. Chichester, UK: Wiley.
- Szymanski, D. M. y Busch, P.S. (1987). Identifying the generics-prone consumer: a meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 24, 425-431.
- Takkouche, B., Cadarso-Suárez, C. y Spiegelman, D. (1999). Evaluation of old and new tests of heterogeneity in epidemiologic meta-analysis. *American Journal of Epidemiology*, 150, 206-215.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Tang, C.F. (2011). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Malaysia? A view from disaggregated tourism markets. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 97-101.
- Tang, C.F., y Abosedra, S. (2013). Small sample evidence on the tourism-led growth hypothesis in Lebanon. *Current Issues in Tourism*, doi: 10.1080/13683500.2012.732044.
- Tang, H.C-H., y Jang, S.S.C. (2009). The tourism-economy causality in the United States: A sub-industry level examination. *Tourism Management*, 30, 553-558.
- TERA Consultants (2010). *Building a Digital Economy: the importance of saving jobs*
- Thornton, A. y Lee, P. (2000): Publication bias in meta-analysis: its causes and consequences. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53, 207-216.
- Thornton, J. (1997). Exports and economic growth: evidence from 19<sup>th</sup> century Europe, *Economics Letters*, 55, 235-240.
- Toda, H.Y., y Yamamoto, T. (1995). Statistical inferences in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66, 225-50.
- Tomás, C. (2012). *El comercio electrónico 2012*. EAE Business School, Universitat de Barcelona. Barcelona.
- Tong, L.S.J. y Farrington, D. P. (2006). How effective is the psychology. *Crime y law*, 12, 3-24.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

Tourspain. (2013). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de:  
<http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx>

Trickett, E.J. (1997). Ecology and primary prevention: reflections on a meta-analysis.  
*American Journal of Community Psychology*, 25, 197-205.

Trotman, K.T. y Wood, R. (1991). A meta-analysis of studies on internal control judgements. *Journal of Accounting Research*, 29, 180-192.

Turner, L.W., y Witt, S.F. (2001). Factors influencing the demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modeling, revisited. *Tourism Economics*, 7 (1), 21-38.

Unidad Metaanálisis Universidad de Murcia. (2012). Recuperado el 26 de junio de 2012. <http://155.54.206.4/asp/searchmetanalalysis.asp>

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (1992). *Annual Report 1992*. Madrid: World Tourism Organization.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2000 A 2011). *World Tourism Barometer 2000 a 2011*. Madrid: World Tourism Organization.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2008). *Creative economy. Report 2008*, UNDP-UNCTAD, 2008. *Creative economy. Report 2008*. UNDP-UNCTAD. Genova-Nueva York.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2009). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Paris.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2010). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Informe mundial, Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. París.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2013). Recuperado el 10 de agosto de 2013 de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2013). Recuperado el 10 de octubre de 2013 de: <http://unctad.org/es/Paginas/AboutUs.aspx>
- Uysal, M., y Gitelson, R. (1994). Assessment of economic impacts: Festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 3-10.
- Vacas, C. y Landeta, M.H. (2009). Aproximación al último medio siglo del turismo en España, 1959-2009. *Estudios Turísticos*, 180, 21-64.
- Vanegas Sr, M., y Croes, R.R. (2003). Growth, development and tourism in small economy: evidence from Aruba. *International Journal of Tourism Research*, 5, 315-330.
- Velasco, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42, 1, 169-295.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

- Verdú, M. y Traveset, A. (2005). Early emergence enhances plant fitness: a phylogenetically controlled meta-analysis. *Ecology*, 86, 1385-1394.
- Viechtbauer, W. (2007). Accounting for heterogeneity via random-effects models and moderator analyses in meta-analysis. *Journal of Psychology*, 215, 104-121.
- Wagner, D.M. (2002). Comparing European cities tourism guest surveys: an intelligent meta-analytical approach. *City tourism*, pp. 150-162. K.W. Wober. Wien: Springer-Verlag Wien.
- Webber, S. (2000). Exchange rate volatility and cointegration in tourism demand. *Journal of Travel Research*, 39 (4), 398-405.
- Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30, 615-628.
- West, G.R. (1993). Economic significance of tourism in Queensland. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 490-504.
- Westlund, H. y Adam, F. (2010). Social Capital and Economic Performance: A Meta-analysis of 65 Studies. *European Planning Studies*, 18, 893-919.
- White, K.R. (1983). The relation between socioeconomic status and academic achievement. *Evaluation Studies Annual Review*, 8, 602-622.
- Witt, S.F. y Witt, C.A. (1992). Modeling and Forecasting Demand in Tourism. Londres. *Academic Press*.

## BIBILIGRAFIA COMPLETA

Xu, Z. (1996). On the causality between export growth and GDP growth: an empirical reinvestigation. *Review of International Economics*, 4 (2), 172-184.

Zortuk, M. (2009). Economic impact of tourism on Turkey's economy: evidence from cointegration tests. *International Research Journal of Finance and Economics*, 25, 231-239.