



MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

Análisis del impacto de la COVID-19 en el turismo
español.

Analysis of the impact of COVID-19 on Spanish
tourism.

Autor: Camilo Bobet Trujillo

Tutora: Vidina Tais Díaz

Padilla

Grado en Administración y Dirección de Empresas Facultad de
Economía, Empresa y Turismo Curso académico 2023/2024.

Resumen

El objetivo fundamental de este trabajo es analizar el impacto que ha tenido la Covid-19 sobre el sector turístico español, así como analizar también dicho impacto en sus países competidores seleccionados para poder compararlos con España mediante la técnica "Benchmarking", técnica utilizada para comparar determinados aspectos con competidores de un mismo sector, normalmente usada en el ámbito empresarial pero también aplicable al ámbito turístico. Esto con el objetivo de comprobar si existen similitudes entre el comportamiento del sector turístico español y el de sus competidores ante la llegada de la pandemia. Los resultados muestran cómo la llegada de la Covid-19, a pesar de no mostrar el mismo impacto en los cinco países estudiados, de igual manera ha impactado enormemente, sea en mayor o menor medida, en el sector turístico de cada uno de ellos.

Palabras clave: turismo, España, competidores, Covid-19

Abstract

The main objective of this work is to analyze the impact that Covid-19 has had on the Spanish tourism sector. In addition, this impact is also analyzed in its selected competitor countries in order to compare them with Spain by means of the "Benchmarking" technique, a technique used to compare certain aspects with competitors in the same sector, normally used in the business sector but also applicable to the tourism sector. The objective is to check if there are similarities between the behavior of the Spanish tourism sector and that of its competitors in the face of the pandemic. The results show how the arrival of Covid-19, despite not having the same impact in the five countries studied due to the existing differences in restrictions and limitations, among other aspects, has had an enormous impact, to a greater or lesser extent, on the tourism sector in each of them.

Key words: tourism, Spain, competitors, Covid-19

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCOTEÓRICO.....	4
2.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO?.....	4
2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO.....	6
2.3. IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA...8	
2.4. LA COVID-19.....	10
3. INVESTIGACIÓN.....	12
3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
3.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	13
4. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	14
4.1. ANÁLISIS DEL CASO ESPAÑOL.....	14
4.1.1. El número de turistas.....	14
4.1.2. Los ingresos provenientes del turismo.....	15
4.1.3. El gasto turístico.....	15
4.1.4. La oferta hotelera.....	16
4.1.5. El PIB directo del turismo.....	17
4.2. ANÁLISIS ESPAÑA VS COMPETIDORES.....	18
4.2.1. Benchmarking: España-Francia.....	18
4.2.2. Benchmarking: España-Grecia.....	23
4.2.3. Benchmarking: España-Italia.....	27
4.2.4. Benchmarking: España-Turquía.....	31
5. CONCLUSIONES.....	36
6. BIBLIOGRAFÍA.....	37

Índice de gráficos

Gráfico 1. Evolución del número de visitantes y de los ingresos por turismo. Periodo 2016-2022.....	8
Gráfico 2. Evolución del empleo en actividades del sector turístico y del empleo total de la economía. Periodo 2016-2022.....	9
Gráfico 3. Número de turistas recibidos España-Francia.....	18
Gráfico 4. Ingresos provenientes del turismo España-Francia.....	19
Gráfico 5. Gasto turístico España-Francia.....	20
Gráfico 6. Oferta hotelera España-Francia.....	21
Gráfico 7. PIB directo del turismo España-Francia.....	22
Gráfico 8. Número de turistas recibidos España-Grecia.....	23
Gráfico 9. Ingresos provenientes el turismo España-Grecia.....	23
Gráfico 10. Gasto turístico España-Grecia.....	24
Gráfico 11. Oferta hotelera España-Grecia.....	25
Gráfico 12. PIB directo del turismo España Grecia.....	26
Gráfico 13. Número de turistas recibidos España-Italia.....	27
Gráfico 14. Ingresos provenientes del turismo España-Italia.....	28
Gráfico 15. Gasto turístico España-Italia.....	29
Gráfico 16. Oferta hotelera España-Italia.....	30
Gráfico 17. PIB directo del turismo España-Italia.....	31
Gráfico 18. Número de turistas recibidos España-Turquía.....	32
Gráfico 19. Ingresos provenientes del turismo España-Turquía.....	32
Gráfico 20. Gasto turístico España-Turquía.....	33
Gráfico 21. Oferta hotelera España-Turquía.....	34
Gráfico 22. PIB directo del turismo España-Turquía.....	35

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia derivada de la Covid-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la industria turística a nivel mundial, y España, como uno de los destinos más populares no ha sido una excepción. La paralización del turismo, los cierres de fronteras, las restricciones de viaje y las medidas de distanciamiento social entre otros aspectos han generado efectos significativos en el sector turístico en prácticamente cualquier país, afectando tanto a las empresas turísticas como a muchos otros sectores y negocios que dependen del turismo. Partiendo de esta base, surge la necesidad de estudiar en qué medida y de qué forma la Covid-19 ha llegado a afectar al sector turístico y por tanto, qué impacto ha provocado en la economía a nivel mundial, teniendo en todo momento en el punto de mira al sector turístico español, ya que el turismo es uno de los pilares fundamentales de la economía española.

Por tanto, de este tema de estudio parten varios objetivos claros. El objetivo principal de este trabajo es analizar lo ocurrido en cuanto al sector turístico se refiere en el entorno español, con el objetivo de conseguir comprobar si la Covid-19 ha tenido impacto sobre este, así como qué variables son las que más afectadas se han visto y cuáles de ellas se han recuperado. Una vez entendida la situación española, surge otro objetivo, el cual es comparar la situación turística del entorno español con otros cuatro países, considerados sus competidores turísticos principales, con el fin comprobar si existe similitud entre la situación española y la de sus competidores, y, en el caso de que no la haya, a qué factores se deben esas diferencias.

Para llevar a cabo lo anteriormente comentado, primeramente, se fijarán los aspectos claves del estudio necesarios para dar pie al análisis, como son los países competidores del sector turístico español, el periodo de tiempo considerado para el estudio, y las variables a estudiar. Una vez fijados, se pasa al análisis del caso español para, una vez estudiado, aplicar la técnica denominada “*Benchmarking*”, para comparar los resultados españoles con los de sus países competidores.

La información expuesta en este trabajo se estructurará de la siguiente forma. Primeramente, se establece un marco teórico con el fin de contar con unos cimientos sólidos sobre los que asentar nuestra investigación, donde se recoge una descripción del concepto de turismo, así como sus antecedentes históricos y su importancia en la economía española, además de una contextualización de la Covid-19. Inmediatamente después se da paso a la investigación, donde primeramente se encuentra el análisis y los resultados referidos a España, para dar paso a continuación a las comparativas individualizadas de España frente a cada uno de sus competidores. Finalmente, este trabajo termina con las principales conclusiones extraídas de dicho análisis.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO?

Según Pazos (2017), el turismo es un concepto complejo ligado a la economía, geografía y sociología y además es una actividad que engloba multitud de elementos como pueden ser:

agentes, sector alojamiento, sector transportes, clima, estacionalidad, ocio etc. Ahora bien, la situación se complica a la hora de establecer una definición para este fenómeno, debido a que los estudios sobre el turismo son relativamente recientes. Como añade de Murcia (2012), mientras materias como la química o las matemáticas han sido objeto de análisis desde la antigüedad, el turismo no comienza a estudiarse de forma científica hasta el periodo de entreguerras (1919- 1939).

Siguiendo a este autor, normalmente cuando se hace referencia a una definición de turismo, comúnmente se dice que el turismo es viajar por placer, pero también existen otros motivos por los que se viaja como pueden ser por visitas a familiares, amigos, viajes de negocios, cultura, religión, y muchos otros motivos. Por tanto, la frontera entre lo que es turístico y lo que no, es muy difusa. Por ello, según de Murcia (2012), existe una regla para poder clasificar entre unos viajes y otros: en principio será turístico cualquier desplazamiento en el que el motivo principal del viaje sea el descanso, la diversión, las relaciones humanas o la cultura (incluyendo en esta última a la religión). No obstante, aun así, hay muchas situaciones difíciles de clasificar, por lo que existen otras definiciones para este fenómeno tiene otras definiciones:

Según Pazos (2017), por un lado, existe una definición académica aceptada de forma unánime como la mejor hasta ahora, realizada por los profesores economistas suizos Hunziker y Krapf (1942): “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”. No obstante, ambos aclararon que el turismo no es simplemente un viaje de ida y vuelta, sino que es todo el conjunto de relaciones que se generan durante estos desplazamientos durante un periodo temporal determinado.

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo, (OMT a partir de aquí), también establece una definición para este fenómeno. “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.” (OMT, 2024)

Ahora bien, a raíz de las definiciones de turismo surge otra pregunta: ¿quién puede considerarse turista? Pues bien, según Simone Pedote, G.(2023) aparecen dos definiciones. Por un lado cita a Mieczkowski (1990: 20), quien añade que la primera definición lexicográfica de turista apareció en el Grand Dictionnaire universel du XIXe siècle en 1876, designándolo como ‘la persona que viaja al exterior por curiosidad y ocio. Por otro lado, cita a Ogilvie (1933: 30), quien describió al turista como “la persona que cumple dos condiciones: que se ausente de su casa por un periodo de tiempo relativamente corto y que el dinero que gasta mientras provenga de su hogar y no del lugar que visita”. Entonces, turista es todo aquel hace turismo, es decir, turista será aquella persona que se desplace a lugares diferentes a su residencia habitual por un periodo de tiempo inferior a un año ya sea por ocio, negocios u otros motivos.

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO

Es difícil establecer una fecha exacta para los primeros “turistas” ya que, como señala Campos Martín (2020), el ser humano comienza a sentir la necesidad de conocer otros parajes, otros lugares y otras gentes una vez que ya ha establecido su residencia habitual. Por ello, quizá esta fecha debería remontarse, por una parte, a las primeras peregrinaciones religiosas cristianas del camino de Santiago y Roma y, por otra, a cuando comenzaron a surgir las ansias de conocer otros “mundos” y otras culturas, bien con fines lúdicos, bien con fines culturales o comerciales.

Siguiendo con este autor, los orígenes del turismo con fines lúdicos o culturales podrían situarse entre los siglos XVII y XIX, fundamentalmente en Inglaterra, por estudiantes adinerados que, una vez finalizado el curso, tenían curiosidad por conocer la Europa Continental y por un turismo de élite compuesto por una serie de personas acompañadas de profesionales que les aportaban información sobre los lugares que visitaban. Según Simone Pedote (2023), este movimiento adquiere el nombre de *Grand Tour*, y consiste en el viaje que realizaban los hijos de familias acomodadas a los mejores lugares de Europa, en particular a Francia e Italia, para completar su formación y adquirir experiencia profesional. El deseo de contar con más conocimientos y relatar más experiencias fue lo que más lo promovió, considerándolo como una fase importante en la formación sobre todo para futuros administradores y políticos y haciendo que cada vez más personas se subieran al tren de este movimiento. No obstante, no fue hasta finales del siglo XIX y principios del siglo XX cuando, con el *Grand Tour* como uno de sus impulsores, el turismo comenzó a convertirse en un fenómeno de masas en el que participan personas que querían evadirse, disfrutar y divertirse.

Ahora, según Vizcaino (2015), fueron los regímenes fascistas los que impulsaron que el turismo se convirtiese en un fenómeno social. Ya en el periodo de postguerra, entre los años 1950 y 1973, los principales factores que impulsaron el turismo fueron el desarrollo automovilístico, aeronáutico y del transporte terrestre, entre otros (Rodríguez, 2011). Siguiendo a este autor, factores como el desarrollo de la producción de automóviles en cadena, la entrada en juego del avión de hélice dentro del contexto de la Segunda Guerra Mundial o el desarrollo del marketing en la industria turística, entre otros, hicieron que naciera en Europa el concepto del producto turístico y con este, la estandarización de la oferta turística. Estos fueron los principales factores que, en aquella época, dieron impulso al turismo a nivel global.

Por parte del turismo nacional, según Campos Martín (2020), es durante el siglo XVIII y sobre todo en el siglo XIX cuando España, por su idiosincrasia y sus gentes entre otros aspectos se convierte en destino de muchos viajeros. Se podría decir que los inicios del turismo en España se remontan a finales del siglo XIX, cuando este era un privilegio para una minoría aristocrática que veraneaba en las costas mediterráneas por recomendaciones médicas (Vallejo Pousada, Lindoso-Tato y Vilar Rodríguez, 2020; Pazos, 2017). Ya en el siglo XX, debido principalmente a cambios sociales, los desplazamientos de las personas ya no eran por recomendación de los médicos higienistas, sino que empezaron a viajar por placer al destino por excelencia de aquella época, es decir, a la costa mediterránea y principalmente

por motivos como descanso y ocio.

Para Pazos (2017), los cambios sociales, los cambios tecnológicos como los medios de comunicación que dieron lugar a los primeros anuncios turísticos y la creación de agencias de viajes junto a las perfectas condiciones climatológicas del país fueron las principales causas del desarrollo del turismo en España. Otro factor importante en el impulso del movimiento turístico nacional fue el fin de la autarquía en España en el año 1959 (Vizcaíno, 2015). Con el fin de la autarquía se produce la apertura de España al exterior, lo que permitió el inicio de una época de crecimiento económico en el país. Esta apertura, junto a factores como los comentados anteriormente, favorecieron la aparición en la década de los sesenta del llamado “boom turístico español”, caracterizado por un aumento notable en el número de turistas extranjeros que visitan España con un modelo turístico de “sol y playa”.

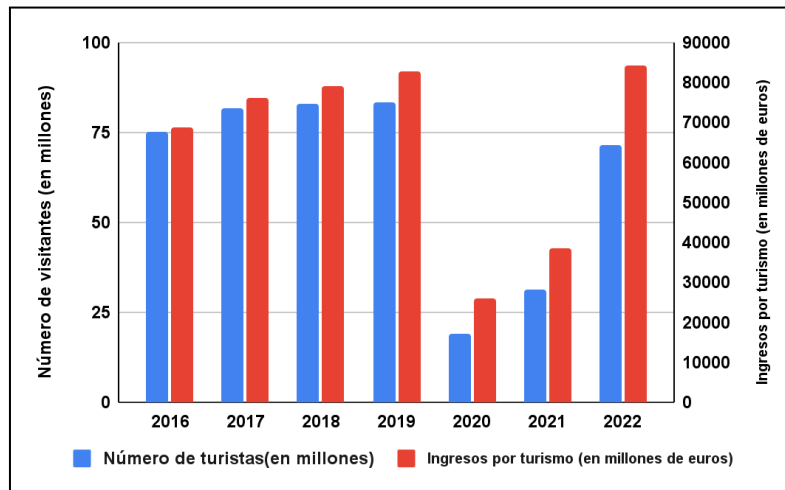
Este modelo de turismo, basado en “sol y playa”, se ha ido afianzando con el paso del tiempo hasta convertirse en uno de los pilares fundamentales de la economía española (Pazos 2017). Como señala Pousada (2022), fue entre los años 1955 y 1962, cuando España pasa de ser un “país de turismo”, que exporta más turistas de los que recibe, a ser “país turístico”, debido a que recibe más turistas de los que exporta y al desarrollo alcanzado por las actividades turísticas en relación con la dimensión de otras actividades de su sistema productivo (López Palomeque, Vera-Rebollo, Torres Delgado y Ivars-Baidal, 2022). Según Pousada (2022), en el periodo temporal mencionado, el turismo entrante, protagonizado por extranjeros, creció a un ritmo excepcional del 24.5%, casi el doble que el turismo nacional. Este cambio fue drástico, marcando un avance significativo, lo que llevó al país a adentrarse rápidamente en un nuevo modelo turístico caracterizado por una afluencia masiva de turistas del exterior, lo que lo define claramente como un destino turístico consolidado. Según Vizcaíno (2015), fue una década donde España fue poco a poco convirtiéndose en núcleo turístico, ya que ofrecía playa, turismo cultural y buen clima. Además, por el cambio de moneda, resultaba un destino barato para los turistas extranjeros, lo que lo hacía aún más atractivo.

No obstante, la década de los sesenta fue solo el inicio del boom turístico. Según Pousada, (2022), la etapa comprendida entre los años 1962-1975 es la del llamado “milagro turístico” o confirmación de España como potencia turística, iniciada en la década de 1960. Es a partir del año 1975 aproximadamente cuando se produce la consolidación turística y alta turistificación del país, en la que España mantiene la condición de potencia turística, en puestos de liderazgo mundial, con lo que la explosión real de este fenómeno fue en la década de los ochenta. Fue aquí cuando, como añade Vizcaíno (2015) comenzó a verse la llegada en masa de turistas extranjeros para aprovechar el turismo de sol y playa ofrecido por España, motivada principalmente por la globalización mundial y el inicio del uso del marketing en el sector turístico. Esto trajo consigo grandes aumentos en la recepción de turistas entre otras consecuencias, traduciéndose en grandes beneficios económicos para el país.

Desde los años setenta hasta la actualidad, tanto la llegada de viajeros como los ingresos por turismo no han dejado de crecer. Este crecimiento ha sido más pronunciado durante las décadas de los años 1970 y 1980, siguiendo una tendencia creciente, aunque más moderada que en el periodo citado (Vizcaíno, 2015). Para el periodo más reciente, es decir, desde el año 2016 hasta el año 2022, la tendencia creciente mostrada por estas variables sigue

manteniéndose, como puede apreciarse en el Gráfico 1.

Gráfico 1. Evolución del número de visitantes y de los ingresos por turismo. Periodo 2016-2022.



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico se recogen los datos acerca del número de visitantes y de los ingresos por turismo aportados por Statista (2024) y el Instituto Nacional de Estadística (INE en adelante) (2024), para el período 2016-2022, confirmando lo anteriormente comentado. A pesar de ello, se evidencia una caída y ralentización de estas variables durante el año 2020, a consecuencia de las medidas promovidas por el Gobierno para frenar el avance de la Covid-19. Estos datos se analizarán con mayor detenimiento más adelante.

2.3. IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

Como se ha podido ver en el apartado anterior, tanto el número de visitantes como los ingresos turísticos no han dejado de crecer con el paso del tiempo, lo cual debe tener impacto en la economía española en general. De esta forma, el sector turístico en España podría jugar un papel fundamental en el crecimiento de la economía nacional. Esta importancia radicaría en diferentes factores. Según Palomo (1983), el turismo tiene una influencia positiva para la economía española tanto en su marco externo como en el interno. Desde un enfoque externo, la demanda extranjera, hace que entren divisas a España, promueve exportaciones de determinados bienes de España a otros países y genera ciertas importaciones entre otros aspectos. Por otro lado, dentro del marco interno, los efectos del turismo son muy diversos y tienen distintos niveles de repercusión, pero, por su significación, destaca su contribución al desarrollo económico del país y a la creación de puestos de trabajo, entre otros aspectos.

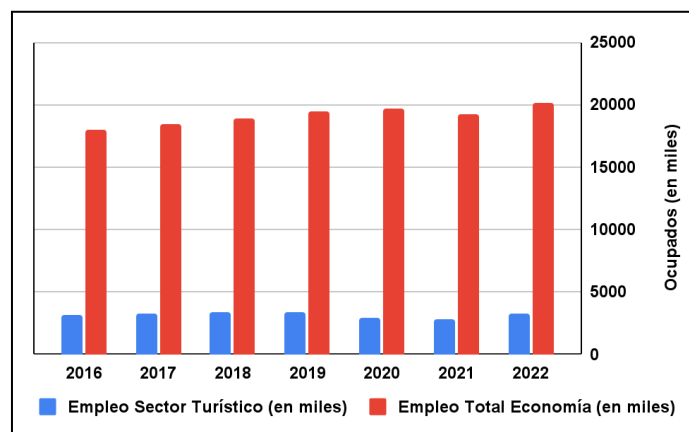
Por su parte, Roura y Morales (2011) consideran que la importancia del turismo en la

economía española es tal que al hablar sobre la necesidad de un cambio en el sistema productivo español, raramente se cuestiona el papel que juega en la actualidad y que jugará en los próximos años el turismo en la economía española, simplemente se cuestiona la necesidad de reordenar ciertos componentes de la oferta turística especialmente en el sector hotelero y de intensificar los esfuerzos para conseguir atraer nuevos segmentos de población extranjera hacia España.

Estos autores exponen la importancia del turismo en España desde la perspectiva del impulso que este le da al empleo, apoyando así lo comentado anteriormente sobre su contribución a la creación de puestos de trabajo. Según los datos que aportan del periodo temporal del año 1995 al año 2006 puede verse como el número de ocupados en actividades de este sector está en continuo crecimiento, llegando a mostrar una fuerza de crecimiento mayor que el empleo del total de sectores de la economía, generando más de un millón cien mil puestos de trabajo desde el inicio hasta el final del periodo estudiado (Roura y Morales, 2011).

Al igual que en el apartado anterior, para el periodo más reciente, es decir, para el año 2016 hasta el año 2022, se utilizan los datos aportados por el INE para estudiar la evolución de, en este caso, el empleo correspondiente a actividades del sector turístico y el empleo total del conjunto de la economía española. Gráficamente, puede apreciarse cómo el número total de ocupados está en crecimiento constante, llegando a su punto máximo en el año 2020 con un total de 19.6 millones de personas empleadas y 2.9 millones de personas empleadas en el sector turístico. En el año 2021, con los efectos de la pandemia, cierran muchas empresas y el número de ocupados lo refleja. De hecho, este es el año en el que se registran mínimos, tanto a nivel conjunto de la economía como en términos de empleo turístico y, además, es el único año del período considerado en el que el número de ocupados decrece. En cifras, el empleo total cae hasta los 19.2 millones de personas y el empleo turístico lo hace hasta 2.87 millones, lo que representa un 14.9% del total (INE, b; c; 2024).

Gráfico 2. Evolución del empleo en actividades del sector turístico y del empleo total de la economía. Periodo 2016-2022.



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, Vizcaino (2015) enfoca la importancia del turismo en la economía española desde el punto de vista del “producto” turístico exportado por España. El turismo es el “producto” más exportado por España hacia el exterior y además el único producto que siendo exportado, se ofrece en territorio español. Entendiendo “producto turístico” como cualquier estancia o viaje inferior al año que un extranjero pase en España con los servicios complementarios ofrecidos en su territorio, esta afirmación cobra sentido. De ahí que el turismo sea el “producto” más exportado por España. Esto se ve apoyado por Cabrer-Borrás y Rico (2020), quienes añaden que la importancia del sector del turismo en España se pone de manifiesto a través de su peso en macromagnitudes de la economía española, como es el PIB. Según estos autores, el sector turístico llegó a aportar al PIB total 153 mil millones de euros en el año 2019, más de un 12% del total.

Para dejar constancia de la importancia del turismo en la economía española, López Palomeque, Vera-Rebollo, Torres Delgado y Ivars-Baidal (2022) recopilan y proporcionan algunos datos aportados por un estudio realizado por Exceltur que representan el significado del turismo en España en sus dimensiones económica y social. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- Por cada 100 empleos en actividades en contacto directo con el turista se generan 67 empleos adicionales en otros sectores.
- El sector turístico es el principal empleador directo de la sociedad española, con 2,6 millones de personas (un 12,7 % del total).
- El turismo facilita la emprendeduría: hay más de 400.000 pymes en el sector.

En definitiva, a la vista de las cifras y las consideraciones anteriores al respecto, es innegable que el sector turístico en España es muy importante ya que es el principal motor generador de empleo y riqueza del país.

2.4. LA COVID-19 EN ESPAÑA.

En este estudio es fundamental poner en contexto lo que es la Covid-19 y la repercusión que ha causado, tanto en términos generales como en el sector turístico.

En diciembre del año 2019 comienzan a reportarse a la Organización Mundial de la Salud (OMS a partir de aquí) los primeros casos de neumonía de origen desconocido, en Wuhan, China. Posteriormente, a principios del año 2020, se identificó como agente causal un nuevo virus de la familia coronavirus (CoV). (Otoya-Tono et al, 2022). Según Mayo Clinic (2023), los coronavirus son una familia de virus capaces de causar enfermedades como el resfriado común, el síndrome respiratorio agudo grave (SARS) y el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS). Pues bien, la COVID es una enfermedad respiratoria causada por un nuevo virus de esta familia identificado en el 2019, el “coronavirus 2”, mejor conocido como SARS-CoV-2.

La rápida expansión y la alta infectividad del virus que comentan Otoya-Tono et al (2022) , junto al hecho de que era una enfermedad nueva que no respondía a los tratamientos antivirales conocidos que eran efectivos en otras enfermedades virales, además de no contar

con una vacuna que protegiera a las poblaciones sanas como añade Chaple (2020), elevó la alarma internacional, lo que declaró la enfermedad como una emergencia sanitaria mundial y que posteriormente sería declarada como pandemia por la OMS en Marzo de 2020 (Mayo Clinic, 2023).

Esta pandemia tuvo variedad de repercusiones generales para todo el mundo, como el deterioro de la salud mental de la población en general, el deterioro de la actividad económica de los países, aumento del desempleo y precariedad laboral creciente entre muchas otras (Ramírez et al, 2021). Cabe destacar que, si bien estamos hablando en términos generales, cada negocio, industria y sector han vivido situaciones distintas según la actividad que desarrollen o el país en el que se encuentren, entre otros factores (Pérez et al, 2021).

Concretamente el deterioro de la salud mental de la población fue uno de los efectos que más dio que hablar. El confinamiento domiciliario y el distanciamiento físico y social interrumpen los procesos relacionales, lo cual es fundamental para mantenerla en un buen estado, además de las pérdidas sufridas por la pandemia, la crisis económica y el miedo al futuro, los cuales han sido factores claves en el empeoramiento de esta. La pandemia causó deterioro tanto en la salud mental de niños y adolescentes, por el cierre de los centros docentes y las restricciones en actividades sociales, como en la salud mental de personas mayores. Este deterioro se materializó con el aumento de los casos de trastornos del sueño, de trastornos de ansiedad y depresión, especialmente en personas de avanzada edad, colectivo considerado de alto riesgo (Ramírez et al, 2021).

Según García-Tascón et al (2021), las restricciones aplicadas para frenar los contagios en el caso de España fueron de gran alcance. Estas restricciones supusieron el cierre de ciudades, comercios, gimnasios y restaurantes entre otros establecimientos, además de imponer cuarentena obligatoria a toda la población desde el 14 de marzo de 2020, la cual duraría unos tres meses. La aplicación de estas medidas transformó las relaciones laborales, sociales o las formas de trabajo. Una de las partes más afectadas de España fue su estructura productiva, la cual tuvo que adaptarse rápidamente al confinamiento, lo que alteró los procesos de producción y de ventas, afectando al empleo y a la economía prácticamente en todos los sectores. La situación económica en la que se encontraban muchas empresas, derivada del parón productivo impuesto por la pandemia, supuso la destrucción de miles de empleos, elevando la tasa de desempleo hasta casi los 4 millones en abril del año 2020. Otras muchas empresas, sin embargo, no pudieron hacer frente al virus y se vieron obligadas a cerrar. Por su parte, Pérez et al (2021) destaca también el ámbito de la educación, el cual, al igual que en el resto del mundo, se vio también enormemente afectado, llegando a trasladar a más de 10 millones de estudiantes de todos los ciclos de educación presencial a educación online.

Con respecto al sector turístico, la aplicación de estas medidas para reducir la transmisión del virus ha supuesto un gran impacto a nivel global, en particular la restricción de la movilidad de las personas. Diversos sectores dentro de la industria turística se han visto muy afectados. Los más afectados son las aerolíneas y la hostelería (Pérez et al, 2021). Según este autor, los aviones activos pasaron de 14 400 unidades a sólo 7 635. En cuanto a la industria hotelera, y solo en Estados Unidos, la disminución de los ingresos supuso la pérdida de 1.6 millones de puestos de trabajo. Asimismo, cabe destacar que otros sectores como la restauración y la

economía colaborativa, con empresas como BlaBlacar o AirBnB, también se vieron enormemente afectadas.

En el caso particular de España, el sector turístico también fue uno de los más afectados. El cierre de fronteras disminuyó en un 64,27% la llegada de turistas internacionales en el mes de marzo de 2020, con respecto al mismo periodo en el año anterior. Durante el primer trimestre del año 2020 llegaron a España un total de 10.580.270 de turistas internacionales, es decir, un 50.49% menos que en el mismo periodo en el año anterior (Alles, 2020). Fundamentalmente la restricción de la movilidad de las personas fue la causa por la que el turismo de ocio y de negocios fueran los más perjudicados en España. El caso más relevante puede ser el de la industria de cruceros, cuyas pérdidas superaron, para el año 2020, los 4 000 M€. El turismo de negocios, por su parte, facturó sólo el 39% de la facturación realizada en el año 2019 (Pérez et al, 2021).

Fue ya en el año 2022 cuando, con la eliminación casi en su totalidad de las restricciones de movilidad internacional, comienza el periodo de recuperación para España. Según García Esteban et al (2023), en la temporada veraniega del año 2022, las llegadas de turistas internacionales se situaron tan solo en un 10,8% por debajo de las cifras del mismo periodo del año 2019, año en el que se alcanzaron máximos históricos, reflejando claros indicios de una reactivación de los flujos de turistas. Esta recuperación del turismo internacional se vió impulsada sobre todo por la demanda embalsada de viajes internacionales y la bolsa de ahorro extraordinario acumulada tras dos años de pandemia. Específicamente el turismo de negocio que, como se ha comentado anteriormente ha sido uno de los más afectados, en la etapa de recuperación ha mostrado un comportamiento más positivo respecto al turismo vacacional, creciendo cerca de dos puntos porcentuales con relación a los mismos datos del año 2019.

3. INVESTIGACIÓN

3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es conocer cómo ha afectado la llegada de la pandemia al turismo español. Para ello, en primer lugar se analizará si la Covid-19 ha tenido algún impacto en el turismo español, con el objetivo de averiguar qué variables se han visto afectadas y en qué medida, así como identificar qué variables se han recuperado.

En segundo lugar, se pretende determinar si existen similitudes entre el comportamiento mostrado por el sector turístico español y el comportamiento del sector turístico de sus principales competidores ante la pandemia. Para ello se realizará una comparación de España frente a sus principales competidores.

3.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En primer lugar, se establecen las variables a investigar, las cuales son:

- Número de llegadas de turistas al país.
- Ingresos provenientes del turismo
- Gasto turístico
- Oferta hotelera
- Producto Interior Bruto (PIB) directo del turismo.

Estas variables han sido seleccionadas ya que, al realizar una revisión de la información proporcionada por la *OMT*, son las variables que muestran variaciones más significativas ante una situación excepcional, como puede ser la pandemia de la Covid-19. Además, se trata de las variables que mejor reflejan la situación del sector turístico de un país, por lo que se ha considerado que son las más adecuadas para realizar un estudio como el que se plantea en este trabajo.

Como fuentes de datos, se utiliza principalmente la información proporcionada por la *OMT*, para obtener todos los datos relacionados con el número de turistas, ingresos provenientes del turismo, el gasto turístico y la oferta hotelera. Además, para el análisis de esta última variable, esta información se complementa con la información aportada por el *Banco Mundial* sobre la población total de cada país. Para la variable PIB directo del turismo, los datos son obtenidos del portal de estadística "Statista", excepto para el caso de Turquía donde se utiliza el *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, ya que sus datos referentes a esta variable no se encuentran en esta fuente.

El periodo temporal de estudio comprende los años 2019, 2020 y 2021. La razón de esta elección es estudiar la situación del sector turístico de cada país seleccionado en tres situaciones diferenciadas: etapa pre-pandemia, etapa de la Covid-19 y etapa post-pandemia.

Los países identificados como competidores del sector turístico español son Francia, Italia, Grecia y Turquía. Se trata de países de la Unión Europea que compiten directamente con España en cuanto a turismo se refiere, que han sido seleccionados tras revisar los datos proporcionados por la *OMT*.

Para realizar la comparativa entre España y sus países competidores en este estudio se utiliza la técnica denominada Benchmarking. Según expone Veliz (2021), existen diversas definiciones las cuales se han utilizado por varios autores para definir el concepto desde sus inicios, algunas de ellas son:

"El benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar productos, servicios y procesos de trabajos de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales" (Spendolini, 1994).

Según Marciniak (2017) el benchmarking, se trata de una herramienta utilizada para evaluar y mejorar resultados en las organizaciones a través de la comparación de las propias prácticas con las de aquellos colectivos considerados líderes, y superarlas gracias al aprendizaje

aprovechando sus prácticas exitosas.

Es decir, en definitiva, es una técnica que permite identificar ventajas competitivas y que es empleado por organizaciones con interés de crecer y posicionarse dentro del mercado. Según Veliz (2021), existen varios tipos de Benchmarking:

- **Benchmarking Interno:** Es utilizado cuando la compañía busca las mejores prácticas de sí misma. Se comparan parámetros entre distintas ubicaciones dentro de una misma organización. Es decir, en lugar de compararse con competidores externos, se trata de identificar las mejores prácticas y buscar oportunidades de mejora dentro de la organización.
- **Benchmarking externo:** En esta modalidad de benchmarking sí se compara a la organización con competidores externos. A su vez, dentro de este existen tres tipos:
 - **Benchmarking Competitivo:** Este es el tipo de Benchmarking utilizado en este estudio. Consiste en comparar los estándares (criterios o medidas de una organización para evaluar y mejorar su desempeño en diferentes aspectos) de una organización con los de otra organización competidora. Básicamente, como comenta de Cárdenas Cristia (2006), se trata de un proceso operativo de aprendizaje y adaptación permanente que se realiza con el propósito de perfeccionar sus resultados, donde se aprende, adapta e implementan métodos que han producido resultados positivos en otras organizaciones
 - **Benchmarking Genérico:** Se trata de comparar los logros de una organización con lo mejor que exista en cualquier parte del mundo, sin importar la industria a la que pertenezca. Se comparan funciones o procesos afines.
 - **Benchmarking Funcional:** Identifica la práctica más exitosa de otra empresa, sea o no competidora, pero que se considera líder en un área específica de interés. Compara y analiza procesos específicos de una función o área funcional concreta con los de otras organizaciones para adoptar sus mejores prácticas.

En el caso de este estudio se aplicará el Benchmarking competitivo, para abordar el análisis entre el sector turístico de España y el de sus competidores.

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DEL CASO ESPAÑOL

4.1.1. EL NÚMERO DE TURISTAS.

Se comienza estudiando el número de turistas, variable la cual ha sido la más afectada por la pandemia. Concretamente el caso de España, ha sido uno de los países donde más notables han sido los efectos de la pandemia ya que siempre ha sido una de las potencias turísticas más importantes del mundo, ocupando el segundo lugar en el ranking de llegadas de turistas

internacionales, por encima de otros países competidores como Italia o Grecia.

Según los datos ofrecidos por la OMT, puede apreciarse como en años anteriores a la pandemia, como pueden ser el año 2017, 2018 y 2019, España recibió 81.87, 82.81 y 83.51 millones de turistas respectivamente, mostrando un pequeño crecimiento progresivo año tras año. Sin embargo, en el año 2020, tras el impacto de la pandemia, estas cifras decrecieron en un 77.3%, situando a esta variable en 18.93 millones de turistas recibidos. Este gran descenso viene motivado entre otros motivos por el cierre de fronteras, las restricciones impuestas a la hora de viajar y sobre todo por la cuarentena, que hizo que en la mayoría de países del mundo, las personas tuvieran que permanecer en sus casas. Posteriormente, en el año 2021, tras algunas señales de mejoría sobre todo en términos de movilidad y restricciones, el número de turistas mostró un ligero aumento llegando a los 31.18 millones, quedando esta variación porcentual negativa en una disminución de un 62.7%, frente al 77.3% del año 2020, indicando el comienzo de la mejoría de la situación, pero encontrándose aún muy lejos de llegar a los niveles previos a la pandemia.

4.1.2. LOS INGRESOS PROVENIENTES DEL TURISMO.

A continuación, se analiza el comportamiento de los ingresos provenientes del turismo en estos años. Esta variable se refiere a la cantidad de dinero que se ha gastado dentro del país por parte de los extranjeros, abarcando cualquier tipo de gasto, como la estancia, comida, bebida, atracciones turísticas, souvenirs y otros bienes y servicios comprados o consumidos por los turistas durante su estancia.

El registro de los ingresos de España solo por parte de los turistas, en el año 2019, antes de que entrasen en juego los efectos de la pandemia, se situaba en unos 79.7 mil millones de dólares, mientras que en el año 2020 cayó a los 18.5 mil millones de dólares por la llegada de la pandemia. Esta es una variable que está muy relacionada con el número de turistas que llegan al país, por lo que dichos ingresos disminuirán en una proporción similar a la disminución de la llegada de turistas anteriormente comentada. Esta relación entre ambas variables se demuestra con el informe ofrecido por la OMT, donde en el estudio de la variación porcentual respecto al año anterior de los ingresos por turismo vemos cómo del año 2019 al año 2020 disminuye en un 77.2%, porcentaje prácticamente idéntico al 77.3% en el que disminuyó la llegada de turistas. Posteriormente en el año 2021, al haber aumentado el número de turistas recibidos, este gasto también se vio incrementado, situándose en 34.5 mil millones de dólares y quedando esta variación porcentual negativa en una disminución del 59%, frente al 77.2% del año 2020, reflejando el inicio de la recuperación de la variable. (OMT, 2023. Dashboard)

4.1.3. EL GASTO TURÍSTICO.

La tercera variable a analizar corresponde al gasto turístico. Este indicador se refiere a la cantidad de dinero que gasta un país en actividades relacionadas con el turismo, como

pueden ser el marketing, promociones del país o de actividades, desarrollo de infraestructuras, y servicios turísticos.

España en el año 2019 situaba su gasto turístico en los 27.78 mil millones de dólares, cayendo en el año 2020 hasta los 8.65 mil millones, registrando una variación porcentual negativa de un 69%. Como es lógico, debido a la pandemia, al reducirse el turismo entrante y los ingresos turísticos, los esfuerzos por parte de España por promover el turismo nacional así como la inversión en él también se ven reducidos. Además, la pandemia provocó que la situación económica del país pasara por una situación delicada, afectando a la situación económica de las empresas y a la renta de las personas entre otras, lo cual obviamente también influyó en gran medida a reducir las inversiones en muchos sectores, siendo el turístico uno de ellos y además uno de los más afectados.

Posteriormente, en el año 2021 el gasto turístico español presenta un aumento del 13%, pasando de los 8.65 mil millones del año 2020 a 12.32 mil millones de dólares, situando así la variación porcentual negativa nombrada anteriormente en un 56%. Como puede apreciarse, esta variable presenta un comportamiento similar al ingreso turístico, mostrando una pequeña mejoría en el año 2021 pero aún muy lejos de llegar a los niveles pre pandémicos.

4.1.4. LA OFERTA HOTELERA.

A continuación, se estudia lo ocurrido con la oferta hotelera. Es un indicador turístico que se refiere al número de camas disponibles en establecimientos de alojamiento turístico por cada 1,000 habitantes en una determinada área geográfica. Se utiliza para medir la capacidad de un destino para alojar a los visitantes y se utiliza típicamente en el contexto de la industria hotelera y de alojamiento. Se calcula dividiendo el número total de camas en hoteles, moteles, resorts y otros establecimientos de alojamiento por la población del área en cuestión y luego multiplicando el resultado por 1,000. Este indicador puede utilizarse para comparar la capacidad de diferentes destinos para alojar a los visitantes y también para evaluar el potencial de crecimiento turístico en una región en particular. Un alto número de camas por 1000 indica un destino bien equipado para el turismo, mientras que un número bajo sugiere que el área puede estar subatendida o subdesarrollada en términos de su infraestructura turística.

Al observar los datos ofrecidos por la OMT, puede verse cómo esta variable para España se mantiene constante para los tres años estudiados, con un valor de 42 camas por 1000 habitantes. Es algo que puede llamar la atención ya que, por lógica, esta variable debería tender a disminuir, ya que lo lógico sería que por los efectos de la pandemia hubieran menos moteles, hoteles, resorts etc. que ofrecieran alojamiento.

Pues bien, para averiguar el porqué de esta tasa se contrastan los datos ofrecidos por la OMT sobre el número de camas disponibles con los datos ofrecidos por el Banco Mundial sobre la población total de España de cada año.

En el año 2019 la población registrada en España se sitúa en 47.134.837 personas, y el número de camas disponibles en 1.951.230, por lo que al realizar el cálculo anteriormente

comentado se obtiene como resultado una tasa de 41.39, dato el cual la OMT aproxima a 42 camas por 1000 habitantes.

La situación del año 2020 es muy similar. En este año se aprecia un pequeño aumento en el número de camas disponibles, con 1.960.175, pero a su vez también aumentó el número de habitantes, con 47.365.655, por lo que la tasa toma un valor de 41.38, valor prácticamente idéntico al del año 2019 y que, al igual que en el caso anterior, la web de la OMT lo aproxima a 42 camas por 1000 habitantes.

En el año 2021, sin embargo, hubo una pequeña diferencia respecto a los años anteriores. Normalmente, salvo alguna excepción, la población total española cada año suele aumentar en cientos de miles de habitantes, tal y como puede comprobarse al revisar los datos que proporciona el Banco Mundial. Sin embargo, el año 2021 no siguió esta regla, y es que desgraciadamente, por los efectos de la pandemia, la cantidad de fallecidos aumentó presentando cifras mucho superiores a otros años, y a su vez, la natalidad en este año fue muy inferior a la de años anteriores, por lo que el año 2021 se cerró con una cantidad total de habitantes no muy alejada de la del año 2020, con 47.415.750, aumentando únicamente en 50.000 habitantes aproximadamente.

Según la OMT el número de camas disponibles aumentó hasta situarse en 1.977.283. Por tanto, este aumento mínimo en la población hizo que la tasa de camas por 1000 habitantes aumente hasta alcanzar un valor de 41.70, aproximado por la OMT nuevamente a 42 camas por cada 1000 habitantes. (Banco Mundial. a, 2022). (OMT, 2023. Dashboard).

4.1.5. EL PIB DIRECTO DEL TURISMO.

En último lugar se estudia el PIB directo del turismo. Al hablar de PIB turístico se habla del valor de todos los bienes, servicios y actividades finales específicamente del sector turismo, generados por el estado en un periodo de tiempo determinado. Es evidente que la pandemia ha tenido un impacto negativo sobre la actividad turística en los años 2020 y 2021 y esto se ve reflejado no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial.

En términos mundiales, la aportación del turismo y los viajes al PIB en el año 2019, antes del comienzo de la pandemia, era de un 10.3%, muy similar a años anteriores. Desde el año 2005 en adelante, el PIB turístico mundial se ha situado entre un 9.3% y un 10.9%, siempre dentro de ese rango. En cambio, con la entrada de la pandemia en el año 2020, esta aportación cayó hasta un 5.3%, es decir, la participación del turismo en el PIB se redujo prácticamente a la mitad. Posteriormente, en el año 2021, debido a la disminución de restricciones de movilidad en gran parte, tuvo lugar un pequeño aumento, aunque no muy significativo, situándose en 6.1% (Statista, 2023).

En el caso de España, en el año 2019, el porcentaje de la contribución total de los viajes y el turismo al PIB fue de un 14%. Posteriormente, tras los efectos de la pandemia, esta aportación se vio mermada hasta el punto de reducirse a más de la mitad, quedando en un 5.9%. El sector turístico fue uno de los más afectados por esta, y ello queda reflejado en la gran caída de la aportación del sector al PIB español. En el año 2021, tras la apertura gradual

en ciertas regiones del país a medida que iban disminuyendo los casos con el plan de vacunación y el levantamiento del estado de alarma entre otros factores, se logró aumentar en casi 3 puntos porcentuales la aportación anterior, quedando en el año 2021 con un 8.5% del PIB total (Statista, 2022).

En definitiva, y respondiendo así a los objetivos de investigación planteados en el apartado 3.1 referentes al análisis concreto de España, se puede observar cómo efectivamente, la Covid-19 ha tenido impacto sobre el turismo nacional. Por tanto, se ha logrado el objetivo número 1 relacionado con identificar el impacto de la Covid-19 en el sector turístico español siendo las variables más afectadas el número de turistas y los ingresos provenientes del turismo.

4.2. ANÁLISIS ESPAÑA VS COMPETIDORES

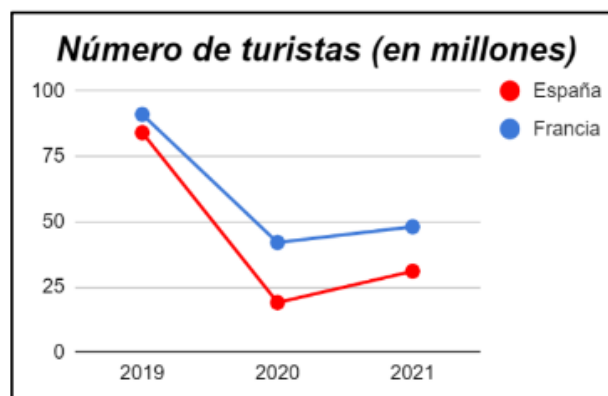
En este apartado se procederá a presentar los resultados del análisis realizado entre España y cada uno de sus competidores, siguiendo la misma estructura del apartado anterior en cuanto al orden de las variables analizadas.

4.2.1. BENCHMARKING ESPAÑA-FRANCIA

Se comienza analizando la situación entre España y Francia. Para ello se utilizan como apoyo visual los gráficos de líneas proporcionados para cada variable, los cuales muestran el comportamiento de estas para ambos países en los distintos años estudiados.

Es importante tener en cuenta que los valores que se representan en el gráfico son valores exactos, sin decimales, ya que, si se añadieran, no sería posible generar el gráfico representativo, por ello, los valores presentes en el gráfico han sido aproximados.

Gráfico 3. Número de turistas recibidos España-Francia



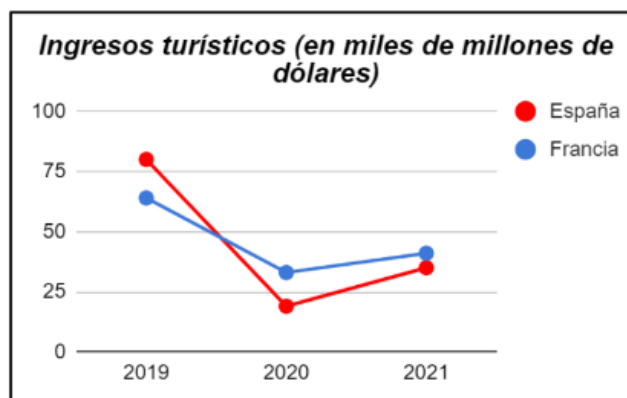
En cuanto al número de turistas recibidos, puede observarse en el Gráfico 3 como Francia está por encima de España en los tres periodos estudiados. Se observa un comportamiento

similar entre ambos países en el caso del año 2019, donde el número de turistas registrado es relativamente cercano, con 83.51 millones para España y 90.9 para Francia.

Sin embargo, en el año 2020, una vez entrada en juego la pandemia, si se aprecia una diferencia notable entre ambos, siendo más notorios los efectos de esta en España. Mientras en España el número de turistas cae en un 77.3%, en Francia cae un 54.1%, quedando en 41.7 millones de turistas recibidos, frente a los 18.93 millones por parte de España.

La situación en el año 2021 sigue el mismo camino. España muestra síntomas de mejoría e incrementa su cifra de llegadas, pero se sitúa aún muy lejos de Francia, la cual aumenta su recepción en 7 millones aproximadamente quedando por tanto en 48.4 millones, frente a los 31.18 millones de turistas recibidos por España.

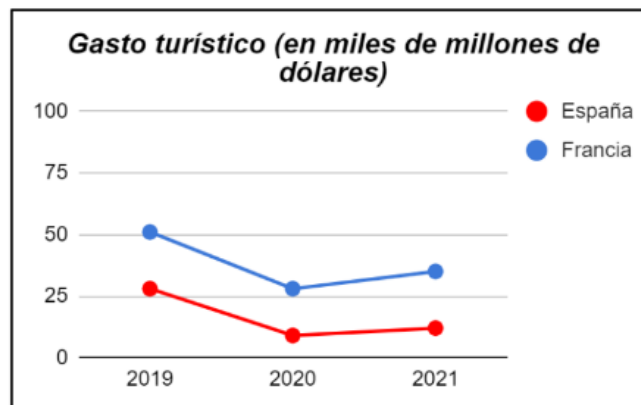
Gráfico 4. Ingresos provenientes del turismo España-Francia



Al hablar de los ingresos provenientes del turismo, vemos como España presenta superioridad en el año 2019 a pesar de recibir un menor número de turistas, con prácticamente 79.7 mil millones de dólares frente a los 63.5 mil millones por parte de Francia. Ahora bien, en el año 2020 sí hubo una diferencia significativa en la situación, y es que el gran impacto de la pandemia en España comentado anteriormente se hizo notar también en los ingresos turísticos. En este año en España, como podemos ver en el Gráfico 4, dichos ingresos cayeron hasta los 18.5 mil millones mientras que Francia obtuvo 32.6 mil millones de dólares, presentando así España una variación porcentual negativa de un 77% frente a un 49% aproximadamente por parte de Francia.

En el año 2021 ambos países presentan cierto grado de recuperación, aumentando sus ingresos provenientes del turismo, aunque uno de ellos más que otro. Realmente en este año es España el que mayor grado de recuperación presenta de ambos, aunque Francia siga estando por encima en la cuantía de ingresos. España pasa de los 18 mil millones de dólares comentados con anterioridad a los 34.5 mil millones, mientras que Francia pasa de los 32.6 a los 40.8 mil millones de dólares, por lo que en términos de ingresos Francia continúa siendo superior pero el índice de recuperación es más notable y positivo en España.

Gráfico 5. Gasto turístico España-Francia

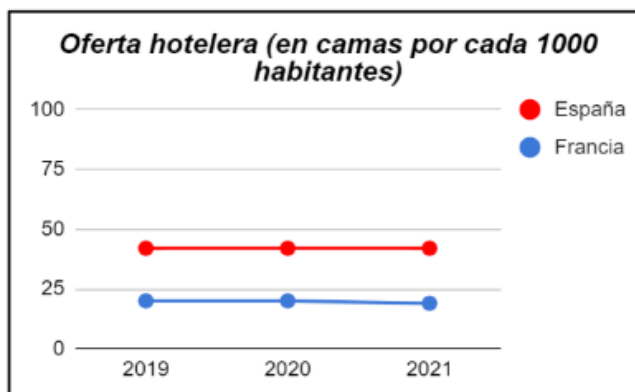


En cuanto al gasto turístico, España presenta un balance más positivo que Francia. Recordemos que el gasto turístico es la cantidad de dinero que el país gasta en todo lo relacionado con promover su actividad turística, desde los servicios turísticos hasta el desarrollo de infraestructuras entre otras cosas, por lo que, si lo comparamos con los ingresos conseguidos por el sector, como se puede observar en las gráficas, la proporción es más favorable en el caso español.

En el año 2019, el gasto español se sitúa en 27.78 mil millones de dólares, mientras que Francia realiza un gasto de 50.54 mil millones. Con la entrada de la pandemia, en el año 2020 el gasto español se reduce hasta los 8.6 mil millones frente a Francia, que realiza un gasto de 27.8 mil millones, reduciéndose este en un 45% y situándose en la misma cifra reflejada por el territorio español en el año 2019. Al finalizar el año 2021 España refleja un gasto turístico total de 12.32 mil millones, mientras que el de Francia queda en 34.8 mil millones de dólares, dejando el porcentaje de disminución anteriormente nombrado en un 31% y realizando un gasto de más del doble que España.

Con estos datos se aprecia cómo España es más efectiva en la relación entre la variable del ingreso y la del gasto, ya que, en el caso del año 2019, obtiene unos ingresos mayores realizando un gasto inferior al de Francia, y en el caso de los años 2020 y 2021 obtiene ingresos ligeramente menores que Francia, pero realizando un gasto turístico notablemente menor.

Gráfico 6. Oferta hotelera España-Francia



Como se vio anteriormente, en el caso español la tasa de camas por 1000 habitantes se mantiene constante durante los tres años, con 42 camas por 1000 habitantes. Esto era debido a que en la totalidad del periodo estudiado el número total de habitantes del país y las camas ofrecidas era similar, y cuando una de las variables mostraba un aumento, la otra también por lo que no había lugar a cambios significativos.

Pues bien, en el caso de Francia, presenta una tasa de camas por cada 1000 habitantes notablemente inferior a la española. Esto es debido a que el país tiene aproximadamente 67 millones de habitantes, es decir, 20 millones de habitantes más que España y además presenta una oferta de camas menor a la española en los tres años estudiados, lo cual hace que la tasa sea inferior en los tres años estudiados.

En el año 2019, según los datos ofrecidos por la OMT, el número de camas disponibles destinadas al turismo fue de 1.315.642, lo cual, en relación con sus aproximadamente 67 millones de habitantes totales da como resultado una tasa de 20.2 camas por cada 1000 habitantes.

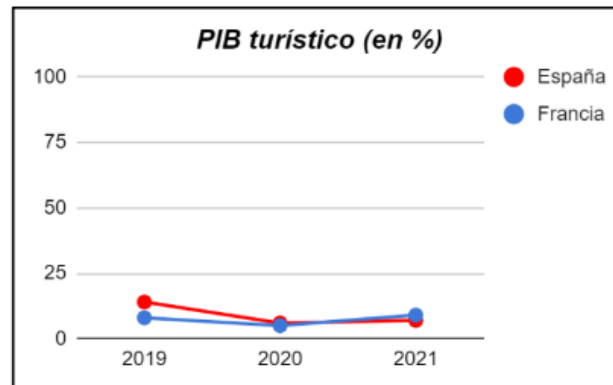
En el año 2020 la situación es similar, simplemente mostrando una pequeña disminución de 0.2 puntos, quedando dicha tasa en justo 20 camas por cada 1000 habitantes. En este año, según los datos del Banco Mundial, la población aumentó en unos 180.000 habitantes aproximadamente, y sin embargo, por efectos de la pandemia, el número de camas disponibles disminuyó en 10.000 camas aproximadamente, quedando en 1.306.292, posiblemente debido al cierre de ciertos establecimientos o a las limitaciones de aforo en hoteles, moteles etc. Esta combinación es el motivo de esta tasa ligeramente inferior.

En el caso del año 2021, la situación en cuanto al número total de habitantes se comporta exactamente igual que en el año 2020, aumentando de nuevo en 180.000 habitantes aproximadamente. En cambio, el número de camas disponibles queda prácticamente en los mismos números, con 1.306.585 camas disponibles, lo cual hace que, al haber mayor población y el mismo número de camas, la tasa vuelva a decrecer, cerrando el año 2021 con una tasa de 19.4 camas por cada 1000 habitantes.

Como puede apreciarse, Francia tiene más habitantes y presenta un número inferior de

camas disponibles, lo que, como se ve en el Gráfico 6 se traduce en una tasa inferior a la española en la totalidad de los periodos estudiados. (Banco Mundial. b, 2022). (OMT, 2023. Dashboard).

Gráfico 7. PIB directo del turismo España-Francia



Para finalizar con la comparativa entre España y Francia, se estudia a continuación el PIB directo del turismo. Al observar los datos ofrecidos por Statista puede apreciarse cómo el sector del turismo y los viajes realiza una aportación mayor dentro del producto interior bruto español que del francés.

En el caso del año 2019, el PIB directo del turismo y los viajes en España es de un 14%, cerca de un 70% mayor que el de Francia, el cual se sitúa en un 8.4%. Curiosamente en el año 2019 el PIB turístico francés es el más bajo de los cinco países analizados en este estudio, se verá más adelante.

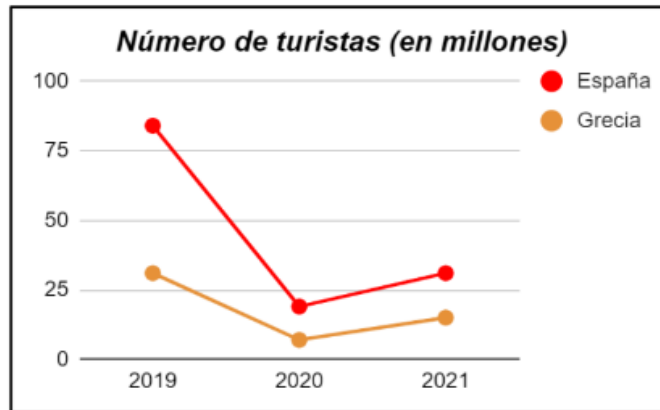
En el año 2020 bajo los efectos de la pandemia sobre el sector, como es lógico, el PIB turístico decrece en ambos países. Ahora bien, como se puede observar en el Gráfico 7, este decrecimiento es mucho más notable en el caso de España. Para nuestro país el PIB turístico disminuye hasta situarse en un 5.9%, mientras que Francia pasa del 8.4% anteriormente registrado a un 5% en el año 2020, mostrando una disminución muy inferior a la española. Francia continúa teniendo un PIB turístico menor al español, pero es mucho más notable el decrecimiento de esta variable en el caso español, la cual se reduce a más de la mitad. Observando las variaciones porcentuales de esta variable vuelve a quedar constancia de cómo la pandemia afectó a España en mayor medida, haciendo que la aportación del sector turístico al producto interior bruto total español sea mucho menor al pasar de un periodo a otro.

En el año 2021 comienza muy lentamente la recuperación del sector, con lo que el PIB turístico vuelve a crecer en ambos países. En este año Francia presenta un crecimiento leve, aumentando en un 1.5%, mientras que España aumenta cerca de 3 puntos porcentuales, quedando en un 6.5% y un 8.5% respectivamente. Esto es un indicador de la fuerza de este sector en España y su relevancia para el producto interior bruto español, ya que condiciones tan extremas como puede ser una pandemia le afectan más que otros países, pero a su vez,

en cuanto la situación va paulatinamente volviendo a la normalidad, la capacidad de recuperación también es superior y más rápida que en el resto de países (Statista, 2022).

4.2.2. BENCHMARKING: ESPAÑA-GRECIA

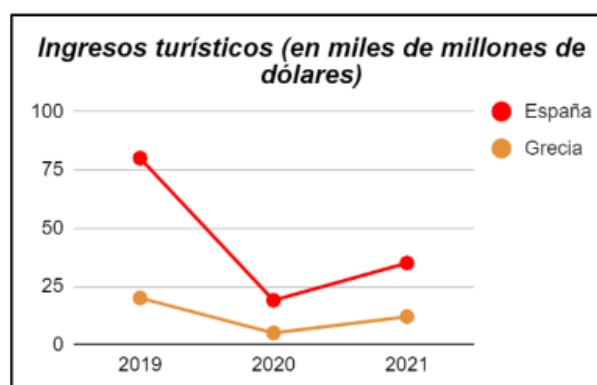
Gráfico 8. Número de turistas recibidos España-Grecia



En cuanto a número de turistas se refiere sí se observa una mayor diferencia que en el caso de Francia, sobre todo en el año 2019. Pese a ser uno de los principales países receptores de turismo del mundo, en esta variable en concreto, ambos países presentan diferencias bastante notorias. En el caso del año 2019 Grecia cerró el año con un total de 31.1 millones de turistas recibidos a diferencia de nuestro país de referencia que, como vimos anteriormente, lo cerró rozando los 84 millones de turistas. Sin embargo, en el año 2020 los efectos de la pandemia tuvieron un efecto similar en ambos países, reduciendo la llegada de turistas en ambos en un 77% para España y en un 76% para Grecia. Tras este año de adversidades Grecia cerraría este periodo con unas llegadas totales de 7.4 millones de turistas mientras que España lo cerraba con 19 aproximadamente. Como se aprecia en el Gráfico 8, la pandemia hizo que la gran diferencia que existía entre los turistas recibidos de España y los de Grecia en el año 2019 se acortara en gran medida, pasando de una diferencia de 53 millones de turistas a una diferencia de 12 millones aproximadamente.

Ya en el año 2021 Grecia muestra claras señales del inicio de la recuperación del sector, duplicando las llegadas del año anterior, consiguiendo recibir 14.7 millones de turistas. España continúa siendo superior con sus 31 millones de turistas.

Gráfico 9. Ingresos provenientes del turismo España-Grecia



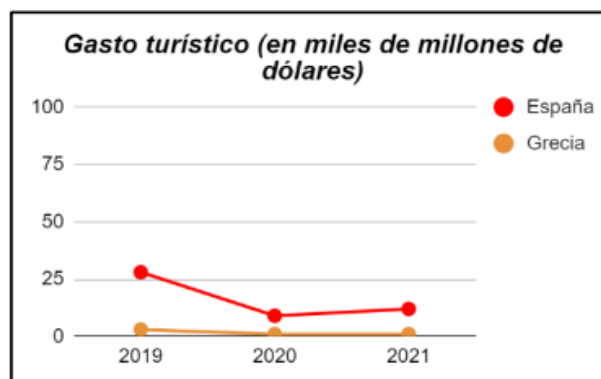
Al hablar de los ingresos provenientes del turismo se observan grandes diferencias entre ambos en cuanto a cuantía de ingresos se refiere, pero un comportamiento similar ante el impacto de la pandemia al igual que ocurre en la llegada de turistas.

Como se comentó en el análisis referido a España, esta variable va muy relacionada a la llegada de turistas, por lo que si esta disminuye los ingresos por turismo disminuirán, normalmente, en una proporción similar. Pues bien, los ingresos turísticos en Grecia cayeron desde los 20.4 mil millones de dólares registrados en el año 2019 hasta los 4.9 mil millones registrados en 2020, es decir, una caída del 76.2% tal y como nos muestra la OMT, esta caída por parte de España es más contundente en términos de cantidades como se puede observar en el Gráfico 9, descendiendo desde los 79.7 mil millones de dólares en el año 2019 a los 19 mil millones aproximadamente en el año 2020, pero muy similar en términos porcentuales, con una disminución de un 77.2%.

En cambio, en el año 2021 es Grecia quien presenta un indicio de recuperación mayor, pasando de unos ingresos de 4.9 mil millones de dólares a unos ingresos de 12.4 mil millones, lo cual equivale a una variación porcentual positiva del 143%. Dicha variación porcentual en España en cambio no llega al 100%, quedando en un 80.2%, pasando de los 18.5 a los 34.5 mil millones de dólares.

No obstante, pese a que la proporción de recuperación sea mayor en Grecia, en cantidades reales presenta unos mayores ingresos España, ya que es Grecia quien muestra un aumento de aproximadamente 7 mil millones de dólares y España de unos 16 mil millones aproximadamente.

Gráfico 10. Gasto turístico España-Grecia



En cuanto al gasto turístico, es España quien muestra superioridad. En España el sector turístico tiene un peso y una relevancia mayor para el país que el que tiene Grecia, por lo que, por este motivo además de por qué recibe cantidades de turistas mucho mayores, el país hace un esfuerzo por mantener todo aquello que esté relacionado con el turismo mucho mayor.

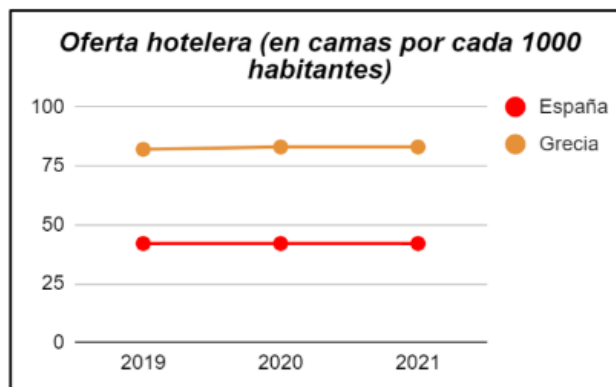
Es lógico que el país que más cantidad de turistas reciba será aquel que más tenga que

invertir en el mantenimiento de todo aquello que esté destinado al turismo dentro del país, por lo que España presenta estadísticas superiores en este aspecto.

En el año 2019 el gasto turístico griego se situó en 3.1 mil millones de dólares, es decir, algo más de nueve veces menor que el gasto turístico español en este año, el cual rozaba los 28 mil millones. Este se vio reducido con la llegada de la pandemia, en el caso de Grecia hasta los 0.9 mil millones, un gasto turístico casi imperceptible al lado del español, que a pesar de haberse visto disminuido, quedó en 8.65 mil millones de dólares.

En el año 2021, al ir recuperando fuerza el sector turístico también la recuperaron los esfuerzos de los países por promoverlo, con lo que el gasto turístico griego fue de 1.3 mil millones y el español de 12.32 mil millones de dólares. Grecia muestra un pequeño aumento en el gasto de 0.4 mil millones mientras que España lo hace en aproximadamente 4 mil millones de dólares, una proporción de recuperación bastante superior a la del territorio griego. Como se aprecia en el Gráfico 10, en la totalidad de los periodos el gasto turístico español es muy superior al griego, así como su capacidad de recuperación.

Gráfico 11. Oferta hotelera España-Grecia



En el caso de la oferta hotelera, como se aprecia en el Gráfico 11, esta variable si presenta grandes diferencias con España, esta vez siendo Grecia superior.

Concretamente en el año 2019, según los datos proporcionados por la OMT, Grecia ofrece menos de un millón de camas para el turismo, concretamente 856.347, es decir, más de un millón de camas menos que España. Sin embargo, Grecia presenta una tasa de camas por cada 1000 habitantes de 81.8 para el año 2019, el doble que la española, y esto es debido a que, a pesar de tener muchas menos camas disponibles, también tiene aproximadamente 37 millones de habitantes menos que España. Se enfrentan 47 millones de habitantes y 1.900.000 camas aproximadamente, frente a 10 millones de habitantes y 800.000 camas aproximadamente, por lo que la tasa griega resulta claramente superior a la española.

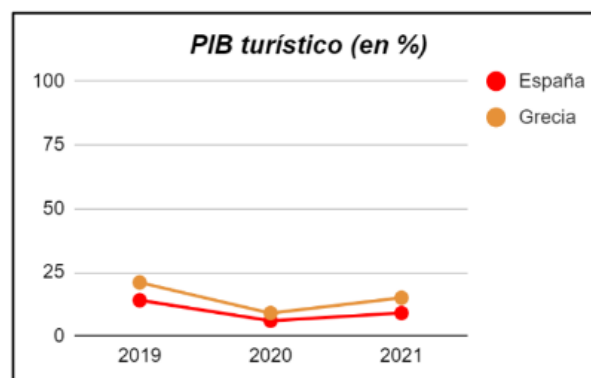
En el año 2020 la tasa griega mostró un aumento, 1.6 puntos concretamente, quedando en 83.4 camas por cada 1000 habitantes. En este año, según los datos proporcionados por el Banco Mundial, los números referidos a la población griega decrecieron en unos 23000, pasando de los 10.721.582 a los 10.698.599 habitantes. A su vez, el número de camas

disponibles aumentó hasta situarse en 869.250, con lo que obtiene una tasa aún mayor. Sin embargo, este año la tasa española no muestra cambios significativos, situándose en el mismo valor.

En el caso de Grecia, al hablar de cuantías menores, los cambios son más notables y tienen un mayor efecto en la tasa, aunque sean aumentos o disminuciones muy pequeños. Sin embargo, en el caso de España, para que un cambio en la población o en el número de camas disponibles sea significativo para la tasa de la oferta hotelera, han de ser variaciones grandes, de lo contrario, variaciones mínimas no reflejarán cambios en esta.

Para el año 2021 la tasa española presenta el mismo valor y la tasa griega muestra una disminución de 0.9 puntos, quedando en 82.5 camas por cada 1000 habitantes. Sin embargo, los datos referidos a la población de este año proporcionados por el Banco Mundial muestran cómo la población griega disminuye en 57.000 habitantes aproximadamente hasta situarse en 10.641.221 habitantes y la OMT indica que el número de camas disponibles aumentó en 10.000 respecto al año 2020, por lo que la tasa debería aumentar en lugar de disminuir (Banco Mundial. c, 2022) (OMT, 2023. Dashboard).

Gráfico 12. PIB directo del turismo España-Grecia



A continuación, la comparativa España-Grecia con el análisis del PIB turístico. Al igual que en la variable anterior, en esta variable Grecia también presenta superioridad respecto al territorio español. De los cinco países analizados, Grecia es el que mayor aportación al PIB del país por parte del sector turístico presenta.

Según los datos proporcionados por Statista, en el año 2019 situaba su PIB turístico en un 20.7%, es decir, aproximadamente un 6% más que el mostrado por España para este año.

En el año 2020 ambos países muestran un comportamiento similar ante la llegada de la pandemia, reduciéndose el porcentaje de aportación en ambos a más de la mitad. En el caso de Grecia cayó desde el 20.7% del año 2019 hasta un 9.2%, mostrando una reducción del 55.5% y en el caso de España desde un 14% registrado en el año 2019 hasta un 5.9%, con una reducción de dicha aportación del 57.8%.

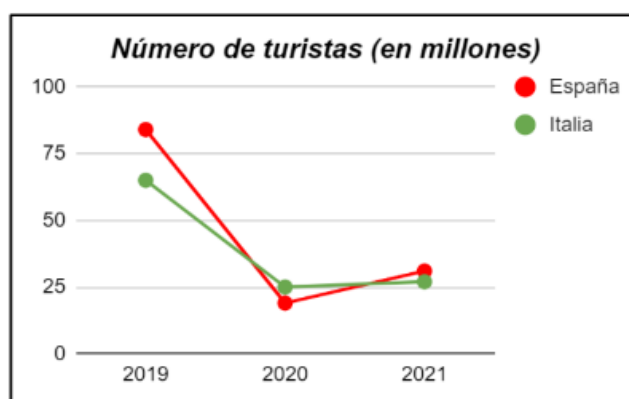
De esta forma, con el análisis de la variable del PIB turístico entre España y Grecia, puede apreciarse nuevamente cómo los efectos de la pandemia fueron más notorios en el territorio

español, el cual, aún teniendo la menor aportación de entre ambos países, es el que muestra la mayor caída de ésta con la entrada de la pandemia en el sector.

En el año 2021 la situación vuelve a ser más favorable para Grecia. La recuperación del sector turístico dentro del PIB griego fue de 6 puntos porcentuales aproximadamente, alcanzando un valor de 14.9%. Por parte del sector turístico español, esta recuperación fue de casi 3 puntos porcentuales, siendo el sector turístico este año un 8.5% del producto interior bruto español. (Statista, 2022)

4.2.3. BENCHMARKING: ESPAÑA-ITALIA

Gráfico 13. Número de turistas recibidos España-Italia



En esta variable, la situación es similar a la comparativa realizada con Grecia. En momentos previos a la pandemia España se situaba por encima de Italia, aproximadamente unos 20 millones por encima, con 83.5 millones frente a los 64.5 millones por parte de Italia.

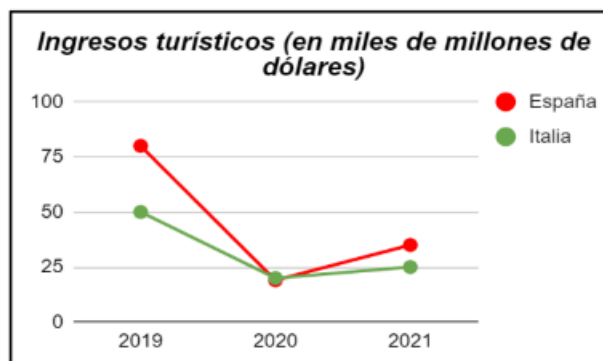
Sin embargo, esta situación cambia en el año 2020 por el gran impacto que tuvo la pandemia sobre España el cual comentamos anteriormente. Si bien es cierto que la recepción turística de Italia en este año experimenta una gran caída, la caída de España es aún más notoria, por lo que Italia pasa a estar por encima de España en este periodo como se puede observar en el gráfico proporcionado.

Concretamente los datos de Italia muestran una caída de un 61%, la cual hace que el país reciba

25.2 millones de turistas frente a los aproximadamente 65 que recibió en el año 2020. Como muestra el Gráfico 13, esto frente a los 19 aproximadamente recibidos por España tras su caída del 77% deja al territorio italiano por encima del español.

No obstante, en el año 2021 puede apreciarse de nuevo la fuerza turística con la que cuenta España, la cual hace que en cuanto comienzan a disminuir las restricciones y se reabren puntos turísticos de interés, vuelve a atraer a millones de turistas. En este año España se coloca nuevamente por encima de Italia, unos 4 millones de turistas aproximadamente, con 31 millones de turistas recibidos frente a 26.9 por parte de Italia.

Gráfico 14. Ingresos provenientes del turismo España-Italia



En cuanto a los ingresos provenientes del turismo y al año 2019, España es superior en este aspecto, y además se observa una relación más cercana entre los turistas recibidos y los ingresos turísticos por parte de España que por la de Italia.

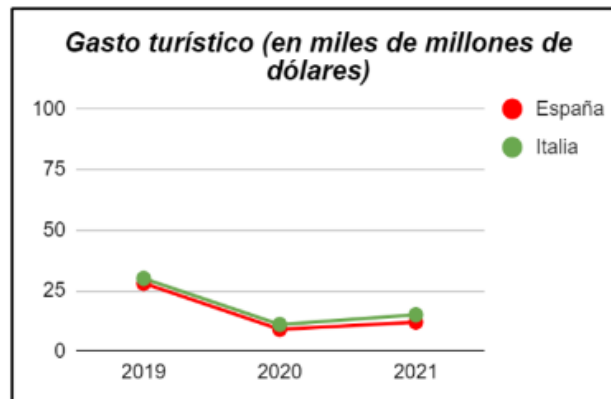
Los datos de recepción de turistas y los ingresos por parte de estos, en el caso de España, son bastante similares, con 83.5 millones de turistas recibidos y aproximadamente 80 mil millones de dólares provenientes de estos. Es decir, en el caso español, la tasa de ingresos se aproxima a mil millones de dólares ingresados por cada millón de turistas recibido, 0.95 mil millones para ser exactos. Sin embargo, en el territorio Italiano, los turistas que lo visitan no muestran el mismo nivel de gastos, ya que recibiendo aproximadamente 64 millones de turistas ingresa 49.6 mil millones por parte de estos. Esto se traduce en 0.76 mil millones de dólares ingresados por cada millón de turistas recibido, lo cual es notablemente menor al nivel de ingresos español.

En cambio, en el año 2020, la gran caída en la recepción de turismo por parte de España la posiciona ligeramente por debajo de Italia en términos de ingresos turísticos. Como vimos en las comparativas anteriores España cae hasta los 18.5 millones, mientras que Italia lo hace hasta los 19.8, mostrando una variación porcentual de un -77.2% y un -60.9% respectivamente.

No obstante en la proporción turistas-ingresos sigue saliendo ganando España, con 18.93 millones de turistas y 18.5 mil millones de dólares ingresados, alcanzando prácticamente los mil millones de dólares por cada millón de turistas entrante. Sin embargo Italia, con 25.2 millones de turistas y 19.8 mil millones de dólares ingresados, sitúa su tasa en 0.78 mil millones por cada millón de turistas recibido.

En el año 2021, como se aprecia en el Gráfico 14, la recuperación del sector fue más notable en España, la cual alcanzó los 34.5 mil millones de dólares, lo cual supuso un aumento respecto al año 2020 de 16 mil millones de dólares, frente a Italia que mostró un aumento notablemente menor, con 5.4 mil millones, registrando así unos ingresos turísticos de 25.2 mil millones de dólares.

Gráfico 15. Gasto turístico España-Italia



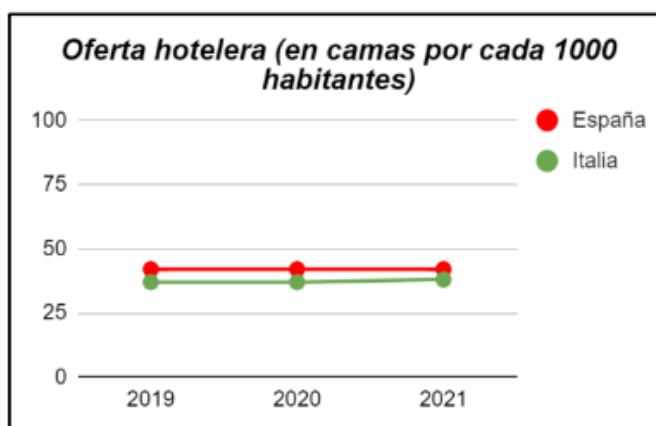
Al hablar del gasto turístico, como puede apreciarse en el Gráfico 15, aún siendo por poco, Italia se sitúa por encima de España en los tres años estudiados

En el año 2019 el gasto turístico italiano alcanzó los 30.34 mil millones de dólares, 3 millones por encima del español el cual alcanzó los 27.78 mil millones de dólares. Este, como es lógico, se vio disminuido en el año 2020 ante la situación generada por la pandemia, disminuyendo hasta los 10.94 mil millones en el caso de Italia y hasta los 8.65 mil millones en el caso español.

Con la mejora de la situación se dio la situación contraria, el aumento de ambos, y además en cuantías muy similares. En el caso de España aumentó en 3.67, llegando a los 12.32 mil millones, y en el caso de Italia aumentó en 4.02, alcanzando los 14.96 mil millones de dólares.

Con estos datos, y sobre todo gráficamente, se puede apreciar como el balance es más positivo para España que para Italia. Como nombramos anteriormente el gasto turístico es básicamente el esfuerzo económico del país por promover el sector turístico y todo lo relacionado con él, con el objetivo de atraer más turistas y aumentar el beneficio aportado por el sector. Pues bien, como se ha visto en los análisis anteriores, en el año 2019 y en el año 2021, España presenta un mayor número de turistas recibidos y mayores ingresos por parte de estos, con un menor gasto turístico realizado en ambos años. En cuanto al año 2020, se encuentra ligeramente por debajo de Italia en ambas variables, pero manteniendo aún el gasto turístico por debajo del italiano, por lo que en balance general, el gasto turístico español parece resultar más efectivo que el italiano.

Gráfico 16. Oferta hotelera España-Italia



En cuanto a la oferta hotelera, a diferencia de los países anteriormente estudiados, Italia muestra un comportamiento muy cercano al español en los tres períodos como podemos ver en el Gráfico 16. Recordemos que España tiene una tasa de camas por cada 1000 habitantes de 42 durante los tres años. Italia, por su parte, presenta una tasa de 37 camas por cada 1000 habitantes para los años 2019 y 2020. Según el Banco Mundial, en el año 2019 el país registró una población total de 59.729.081 millones de habitantes y unas 2.260.490 camas disponibles, con lo que, según los datos ofrecido por la OMT, Italia presenta una tasa de 37.3 camas por cada 1000 habitantes para este año.

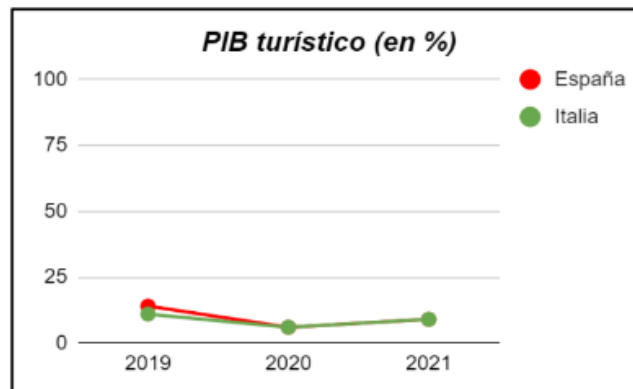
Durante la pandemia se produce un decrecimiento en la población total italiana, aproximadamente de 300.000 personas, quedando en 59.438.851 habitantes. Se aprecia también una disminución por parte de la oferta hotelera, con una oferta total de 2.229.264 camas disponibles, lo cual da como resultado una disminución de la tasa hasta situarse en 36.9, dato el cual la OMT aproxima a 37 camas por cada 1000 habitantes.

En el año 2021 se ve reflejado el inicio de la recuperación del sector turístico en cuanto a la disponibilidad de camas se refiere, las cuales aumentaron hasta situarse en 2.232.676. Sin embargo, no fue así con la población, la cual volvió a disminuir aproximadamente en 330.000 habitantes hasta situarse en 59.109.668 habitantes italianos, lo cual provoca un aumento en la tasa de la oferta hotelera alcanzando las 37.8 camas por cada 1000 habitantes.

Al realizar el análisis conjunto de la disponibilidad de camas destinadas al turismo y la población total puede apreciarse claramente como Italia fue uno de los países más afectados por la pandemia, mostrando aumentos muy poco notorios en cuanto al número de camas disponibles se refiere conforme mejora la situación, pero disminuyendo la población cada año en 300.000 personas.

Italia junto a Grecia, son los únicos países del estudio en los cuales disminuye la población total al avanzar desde el año 2019 en adelante, con la diferencia de que la disminución máxima de Grecia fue registrada en el transcurso del año 2020 al año 2021 y fue de 50.000 personas, mientras que Italia muestra en ambos años una disminución de 300.000 personas aproximadamente, reflejando la difícil y delicada situación en la que la pandemia puso al país. (Banco Mundial. d, 2022) (OMT, 2023. Dashboard).

Gráfico 17. PIB directo del turismo España-Italia



Finalmente, el PIB turístico muestra un comportamiento prácticamente idéntico en cuanto a los porcentajes registrados, pero no en las variaciones.

El único año en el que se aprecian diferencias más notorias es en el año 2019, donde el PIB turístico español se sitúa 3.4 puntos por encima del italiano, con un 14% y un 10.6% respectivamente.

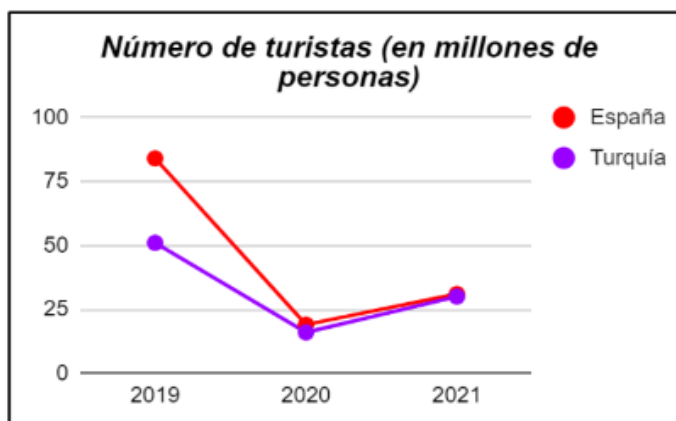
En los años 2020 y 2021 la pandemia deja porcentajes de aportación del turismo al PIB de ambos países en valores muy parecidos. No obstante, la caída del PIB es mayor en el caso de España, la cual cae desde el 14% comentado anteriormente hasta un 5.9% en el año 2020. En este año Italia registra un valor similar, con un 6.1% pero su disminución es menos notable que en el caso español, disminuyendo en 4.5 puntos porcentuales frente a los 8.1 que disminuyó España.

Sin embargo, en el año 2021 ambos PIB muestran un aumento prácticamente idéntico, con un crecimiento del 2.6% en el caso de España y un 3% en el caso italiano, registrando por tanto unas aportaciones al PIB por parte del turismo del 8.5% en el caso español y del 9.1 en el caso italiano. (Statista, 2022)

4.2.4. BENCHMARKING: ESPAÑA-TURQUÍA

Para finalizar con el análisis comparativo, vamos a estudiar el comportamiento de las cinco variables para España y Turquía.

Gráfico 18. Número de turistas recibidos España-Turquía.



Comenzando por el número de turistas recibidos, según el Gráfico 18, se observa una situación similar una vez entrada la pandemia, la cual hizo que las cifras de ambos países en esta variable se igualaran mucho.

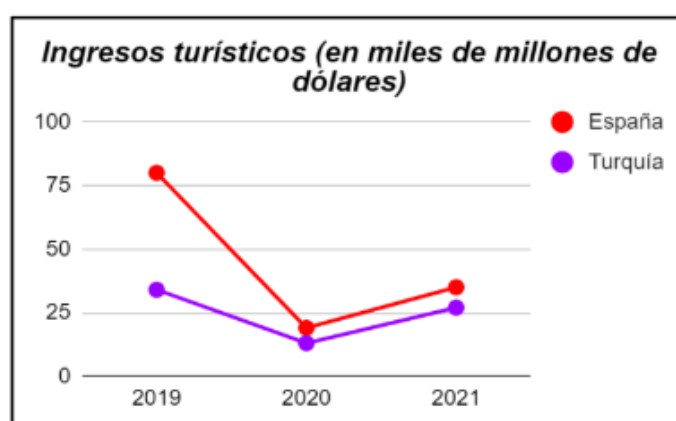
En el año 2019 España fue muy superior a Turquía, situándose aproximadamente unos 32 millones de turistas por encima, con 83.51 millones de turistas recibidos frente a 51.2 millones por parte de Turquía.

Una vez entra en juego la pandemia y sus efectos, ambos países comienzan a recibir una cantidad muy similar de turismo. Como se comentó anteriormente, la pandemia tuvo una repercusión mayor en nuestro país, por lo que el descenso de turismo fue más notable.

En el 2020 España muestra una caída del 77% frente a una caída del 69% de Turquía, con lo que España recibe 18.93 millones de turistas y Turquía por su parte recibe 15.9 millones, reduciendo la diferencia que existía entre ambos países en el año 2019 de 32 millones a 3 millones de turistas.

En el año 2021 comienza en ambos países la fase de recuperación del sector, disminuyendo en este año aún más la pequeña diferencia existente en el año 2020 hasta situarse en apenas un millón de turistas, registrando España un total de 31 millones de turistas recibidos y Turquía un total de 29.9 millones.

Gráfico 19. Ingresos provenientes del turismo España-Turquía



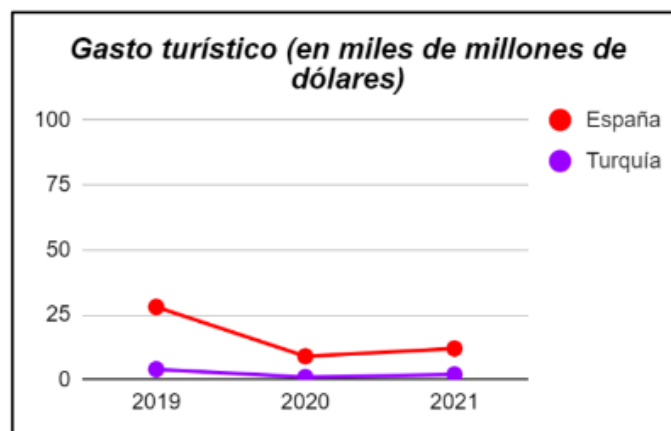
En cuanto a los ingresos turísticos se observa una situación similar a la variable anterior. Como se comentó anteriormente, son dos variables que tienen una gran relación entre sí, por lo que si disminuyen los turistas recibidos disminuirán también los ingresos derivados de estos, y normalmente, en una proporción similar.

Pues bien, en el año 2019, tras la gran caída de recepción de turismo por parte de España, puede apreciarse como los ingresos también experimentan un gran descenso, concretamente de un 77.2%, porcentaje casi idéntico al del número de turistas que recordemos era de un 77.3%, pasando así de los 79.7 mil millones de dólares en el año 2019 a los 18.5 mil millones en el año 2020.

En el caso de Turquía, como muestra el Gráfico 19, también disminuyen los ingresos turísticos, pero en una proporción algo menor que la disminución experimentada en la recepción de turistas, con una variación porcentual de un -65.7% frente al -69%, pasando de los 34.3 mil millones de dólares en el año 2019 a 13.3 mil millones en el año 2020.

En el año 2021 España continúa mostrando ingresos superiores a Turquía, y además registra una mejoría bastante significativa por su parte, alcanzando los 34.5 mil millones de dólares. Turquía también muestra una mejor situación cerrando el año 2021 con unos ingresos turísticos de 26.6 mil millones, duplicando así los ingresos registrados del año 2020.

Gráfico 20. Gasto turístico España-Turquía



La situación del gasto turístico en Turquía es muy similar a la comentada en la comparativa de España y Grecia siendo este el país con menor gasto turístico del estudio junto al territorio griego. Como se aprecia en el Gráfico 20, es un país que invierte muy pocos fondos en turismo si lo comparamos con países como España, Italia o Francia.

En el año 2019 Turquía registró unas cifras de gasto turístico cerca de siete veces menores que las registradas ese mismo año por parte de España. Según los datos proporcionados por la OMT España cierra el año 2019 con aproximadamente 28 mil millones de dólares de gasto turístico, mientras que Turquía registra 4.1 mil millones, un gasto muy pequeño comparado con España teniendo en cuenta que aún no habían llegado los efectos de la pandemia al sector.

Una vez llega al sector la Covid-19 en el año 2020, la cifra de gasto turístico se ve disminuida en ambos países. En el caso de España disminuye en un 69% y en el de Turquía en un 75%, pasando de 28 a 8.6 mil millones y de 4.1 a 1 mil millones respectivamente.

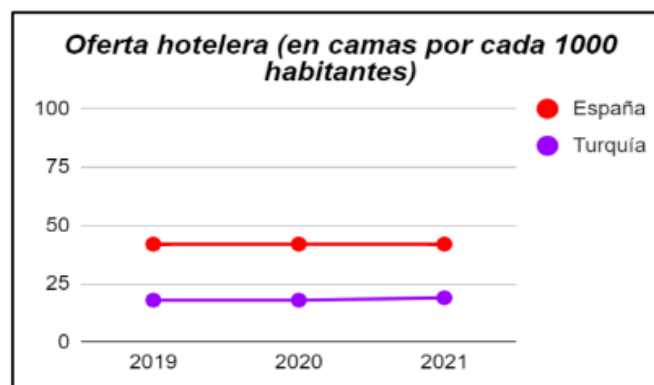
En el año 2021 se puede apreciar como ambos países experimentan un pequeño aumento del gasto turístico. Con motivo de la mejora de la situación y la paulatina recuperación del sector se comienza a invertir nuevamente en la promoción turística por lo que ambos comienzan a invertir más fondos en ello.

En el caso español es más notable este aumento, situando la variación porcentual negativa española anteriormente comentada en un -56%, por lo que la variable presenta una recuperación del 13%, lo cual en términos de gasto turístico se traduce en el paso de 8.65 mil millones de dólares en el año 2020 a un gasto de 12.32 mil millones de dólares en el año 2021.

En Turquía puede verse una mejoría en su variación porcentual del año 2020 de un 15%, siendo en el año 2021 de un -60% frente al -75% del año 2020. Estos datos trasladados a millones de dólares se traducen en un incremento del gasto turístico de 0.7 mil millones de dólares, registrando un gasto turístico total en el año 2021 de 1.7 mil millones.

Como ya se analizó anteriormente el caso de Grecia, ahora que se ha analizado a Turquía nos damos cuenta de que, pese a presentar un gasto turístico muy similar en los tres periodos, Turquía sin embargo presenta unos datos de recepción turística e ingresos provenientes del turismo mayores que Grecia, por lo que en balance general, la situación turca es más favorable que la griega, consiguiendo más turistas y más ingresos por parte de estos empleando menos fondos en promover la actividad turística.

Gráfico 21. Oferta hotelera España-Turquía.



En cuanto a la oferta hotelera, como puede verse en el Gráfico 21, existe una gran diferencia entre ambos países, pero un comportamiento similar en ambos en cuanto a la evolución de la variable se refiere. Esto quiere decir que, si bien es cierto que España tiene una tasa muy superior en los tres periodos, también lo es que ambos mantienen su oferta hotelera prácticamente en el mismo nivel durante los tres años estudiados.

En el año 2019 España presenta una tasa de 42 camas por cada 1000 habitantes, lo que

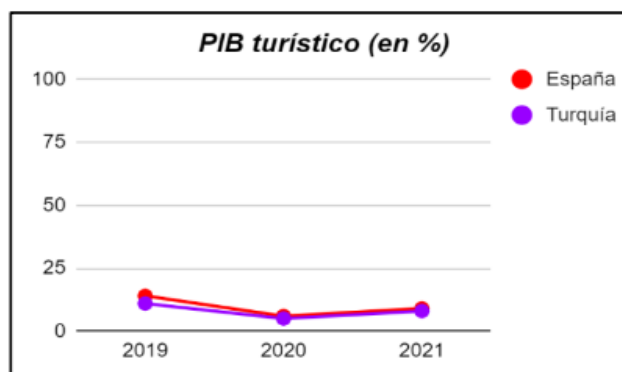
supone más del doble de la que presenta Turquía para este año, la cual se sitúa en 18 camas por cada 1000 habitantes. En este año el territorio turco, según los datos proporcionados por el Banco Mundial, registró una población total de 83.481.684 habitantes y según la OMT en el año 2019 contaba con 1.482.179 camas destinadas al turismo disponibles, lo cual, al hacer el cálculo pertinente, resulta una tasa de 17.75, aproximada por la OMT a 18 camas por cada 1000 habitantes.

En el año 2020, aún con los efectos de la pandemia, tanto la población como las camas disponibles de Turquía incrementaron; la población en 650.000 personas aproximadamente, con lo que cierra el año con 84.135.428 millones de habitantes y las camas disponibles superaron el millón y medio, concretamente 1.538.811. Estos datos dan como resultado una tasa de 18.28, aproximado por la OMT a 18 camas por cada 1000 habitantes. Al tener una cantidad tan grande de habitantes, ese aumento de 800.000 personas, aunque sea un gran aumento, dentro del total no es una cantidad que resulte significativa hasta el punto de causar cambios relevantes en la tasa. Sin embargo, el aumento de 60.000 camas aproximadamente si resulta relevante, causando un aumento de la tasa de 0.5 puntos.

En el caso del año 2021 la población continúa mostrando el mismo comportamiento, aumentando de nuevo en una cuantía similar al año anterior, concretamente en unos 640.000 habitantes, alcanzando los 84.775.404 habitantes. Sucede lo mismo con la disponibilidad de camas, que vuelven a aumentar hasta situarse en 1.627.974, siendo el aumento esta vez de 90.000 camas aproximadamente, por lo que, al igual que en el año anterior, la tasa se vuelve a ver incrementada hasta alcanzar el valor de 19.20, figurando por tanto una tasa de 19 camas por cada 1000 habitantes en los registros de la OMT.

Como puede observarse, Turquía ofrece 300.000 camas menos que España aproximadamente, lo cual no es tanta diferencia si lo comparamos con la oferta de otros países, pero cuenta con más de 30 millones de habitantes más que España, lo que da lugar a una tasa de oferta hotelera mucho menor que la española y a una gran brecha entre ambos países a la hora de visualizarlo gráficamente. (Banco Mundial. e, 2022) (OMT, 2023. Dashboard).

Gráfico 22. PIB directo del turismo España-Turquía



Al realizar la comparación del PIB turístico español frente al turco, puede apreciarse cómo la situación es bastante parecida a la comparación realizada frente a Italia.

Como refleja el Gráfico 22, el año en el que realmente hay una diferencia más notable es en el año 2019. En este año, como se vio anteriormente, el sector turístico significó el 14% de la riqueza española, mientras que en el caso de Turquía, según los datos proporcionados por el WTTC, tuvo un peso del 11% en la riqueza total del país.

Con la llegada de la Covid-19 la proporción de aportación del sector turístico dentro del PIB total se reduce en ambos países y sus porcentajes se acercan bastante, siendo más notable esta reducción en el caso español, ya que como se ha ido viendo a lo largo del estudio, ha sido el país más afectado en el año 2020 de los cinco estudiados. España cierra el año 2020 registrando un PIB turístico un 8.1% menor que el del año 2019, mientras que Turquía registró un PIB turístico un 5.9% menor, lo que se traduce en una reducción del 52.8% de este, con una aportación del sector turístico a la riqueza nacional del 5.9% y de un 5.1% respectivamente.

Según reporta el WTTC, el año 2021 parecía ser el inicio de la recuperación del sector de los viajes y el turismo para Turquía puesto que la aportación del sector al PIB del país mostró un aumento de un 60.6%, cerrando el año con un peso del sector en el total del PIB de un 8.1%.

En este mismo año España muestra también el inicio de la recuperación del sector cerrando el periodo con un PIB turístico de un 8.5%, por lo que, como se puede ver en el Gráfico 22, Turquía muestra algo más de fuerza en la etapa del inicio de la recuperación del sector turístico, aumentando el valor registrado en el año 2020 en 3 puntos porcentuales mientras que España, aunque alcance un valor 0.4 puntos porcentuales mayor, aumenta su valor anterior en un 2.6% (Statista, 2022). (WTTC, 2022).

Respecto al siguiente objetivo planteado en este trabajo, se puede decir que España, en términos turísticos ha mostrado un comportamiento similar al de sus competidores durante el periodo de análisis. Esto permite confirmar el logro de dicho objetivo.

5. CONCLUSIONES

Es evidente que la Covid-19 ha tenido un impacto muy significativo en todo el mundo y en prácticamente todos los sectores económicos. Sin embargo, uno de los sectores más perjudicados ha sido el turismo. Este trabajo ha demostrado el gran impacto de la Covid-19 en el sector turístico en general y la importancia de este sector para la economía española. La dependencia económica de España del turismo la ha hecho más vulnerable ante la pandemia en comparación con otros países competidores.

De este modo, en España las variables más afectadas han sido el número de turistas recibidos y por tanto, los ingresos provenientes del turismo. Sin embargo, y en contra de lo que cabría pensar, la oferta alojativa turística se ha mantenido prácticamente constante durante todo el periodo analizado, poniendo de manifiesto que el cierre definitivo y masivo de establecimientos alojativos no se ha producido. Es decir, no se han destruido plazas

alojativas, de hecho, han crecido sensiblemente durante el año 2022. Esto podría ser resultado de las medidas implementadas por el gobierno para amortiguar los gastos de reapertura de este tipo de establecimientos.

Con respecto a sus competidores, Francia e Italia son los países con mayor similitud en el comportamiento de variables como son el número de turistas y los ingresos provenientes del turismo. Estos países reciben un número de turistas similares al de España y también muestran similitudes en cuanto a mercados emisores se refiere. A pesar de que los tres países han mostrado cifras de decrecimiento drásticas, España ha experimentado caídas aún más pronunciadas. Esto ha favorecido a que tanto Francia como Italia muestren signos de recuperación con más antelación que España en estas variables. Estas mejores cifras en épocas al inicio de la etapa post-pandemia podrían deberse a que las medidas implementadas por España tuvieron un carácter más restrictivo que las adoptadas por Francia e Italia.

Por otro lado, Grecia y Turquía no presentan la misma similitud en cuanto a la llegada de turistas y los ingresos turísticos. Aunque han mostrado una disminución con la entrada de la pandemia y el inicio de la recuperación en el año 2021, al recibir menos turismo que España, las proporciones de caída y recuperación de las variables no son comparables. Sin embargo, ambos países presentan un comportamiento prácticamente idéntico en la oferta hotelera y el PIB turístico durante el periodo considerado. Grecia, en particular, ha mostrado una tasa de oferta hotelera muy superior a la española, una característica no observada en ningún otro país analizado.

Con respecto a Turquía, a pesar de que el PIB turístico comienza a recuperarse igual que el de España en la etapa post-pandemia, este muestra mayor fuerza de empuje que el español. Esto puede deberse al aumento en el número de turistas experimentado por este país durante esta etapa. Los registros en cuanto a la llegada de turistas muestran cómo Turquía es un país que tradicionalmente recibe menos turistas que España, y por lo tanto, Turquía deberá hacer menos esfuerzo para conseguir alcanzar nuevamente las cifras pre-pandémicas.

6. BIBLIOGRAFÍA

Roura, J. R. C., & Morales, J. M. L. (2011). El turismo: un sector clave en la economía española. *Papeles de economía Española*, 128, 2-20. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Juan-Cuadrado-Roura/publication/231359757_El_turismo_Un_sector_clave_en_la_economia_espanola/links/54b6820e0c_f24eb34f6d273f/El-turismo-Un-sector-clave-en-la-economia-espanola.pdf Fecha de consulta: 04/06/2023

Vizcaíno Ponferrada. M^aL (2015). Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665969> Fecha de consulta: 04/06/2023.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023. Dashboard). Disponible en: <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales> Fecha de consulta: 10/06/2023.

Statista (2023). Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/#:~:text=Overall%2C%20the%20total%20contribution%20of,trillion%20U.S.%20dollars%20in%202021> Fecha de consulta: 14/06/2023

Statista (2022). Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/> Fecha de consulta: 14/06/2023

Banco Mundial. a (2022). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=ES> Fecha de consulta: 25/06/2023

Banco Mundial. b (2022). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=FR> Fecha de consulta: 25/06/2023

Banco Mundial. c (2022). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=GR> Fecha de consulta: 25/06/2023

Banco Mundial. d (2022). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=IT> Fecha de consulta: 27/06/2023

Banco Mundial. e (2022). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=TR> Fecha de consulta: 27/06/2023

World Travel and Tourism Council. (WTTTC). (2022). Disponible en: <https://wttc.org/news-article/turkeys-travel-and-tourism-sector-to-grow-at-twice-the-rate-of-the-national-economy> Fecha de consulta: 01/07/2023

Palomo, M. F. (1983). Importancia del turismo en la economía española. *Estudios turísticos*, (80), 21-30. Disponible en: https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42240.pdf Fecha de consulta: 02/07/2023

Edwin Andrés Rodríguez Pulgarín. (2011). Evolución histórica del turismo. Revista Vinculando. Disponible en: https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html?pdf=1209 Fecha de consulta: 16/06/2023

Pazos García-Morales, A. (2017). La evolución del turismo en España. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Fecha de consulta: 16/06/2023

de Murcia, E. U. D. T. (2012). El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual. Técnico, Murcia. Recuperado el, 24. Disponible en: <https://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf> Fecha de consulta: 16/06/2023.

Mayo Clinic (2023). Disponible en: <https://www.mayoclinic.org/es/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963> Fecha de consulta: 07/07/2023

Chaple, E. R. B. (2020). La información científica confiable y la COVID-19. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*, 31(3), 1-6. Disponible en: <https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2020/aci203d.pdf> Fecha de consulta: 07/07/2023.

Otoya-Tono, A. M., García-Chabur, M. A., Jaramillo-Moncayo, C., & Mahecha, Á. M. C. (2022). COVID-19: generalidades, comportamiento epidemiológico y medidas adoptadas en medio de la pandemia en Colombia. *Acta de otorrinolaringología & cirugía de cabeza y cuello*, 48(1), 93-102. Disponible en: <https://www.medigraphic.com/pdfs/actaotorrino/aoc-2020/aoc201h.pdf> Fecha de consulta: 07/07/2023

Ramírez, F. B., Misol, R. C., Alonso, M. D. C. F., & García, J. L. T. (2021). Repercusiones de la pandemia de la COVID-19 en la salud mental de la población general. *Reflexiones y propuestas. Atención primaria*, 53(7). Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8254403/> Fecha de consulta: 07/07/2023

García-Tascón, M., Mendaña-Cuervo, C., Sahelices-Pinto, C., & Magaz-González, A. M. (2021). La Repercusión en la calidad de vida, salud y práctica de actividad física del confinamiento por Covid-19 en España (Effects on quality of life, health and practice of physical activity of Covid-19 confinement in Spain). *Retos*, 42, 684-695. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Ana-Magaz-Gonzalez/publication/352119306_La_Repercusion_en_la_calidad_de_vida_salud_y_practica_de_actividad_fisica_del_confinamiento_por_Covid-19_en_Espana_Effects_on_quality_of_life_health_and_practice_of_physical_activity_of_Covid-19_confi/links/61851828a767a03c14f856cf/La-Repercusion-en-la-calidad-de-vida-salud-y-practica-de-actividad-fisica-del-confinamiento-por-Covid-19-en-Espana-Effects-on-quality-of-life-health-and-practice-of-physical-activity-of-Covid-19-con.pdf Fecha de consulta: 07/07/2023

Pérez, M. S., Yépez, E. T., Carrillo, M. B. M., Carrillo, G. M. M., & Manzano, M. D. I. (2021). La COVID-19 y el sector turístico en España: Impacto sobre el comportamiento del consumidor turístico (Vol. 114). Universidad Almería. Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=maAjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=La+COVID-19+y+el+sector+tur%C3%ADstico+en+Espa%C3%B1a:+Impacto+sobre+el+comportamiento&ots=psbcjZDTc3&sig=ropLO34ENZxnJhd4d3L3967_cOl#v=onepage&q=La%20COVID-19%20y%20el%20sector%20tur%C3%ADstico%20en%20Espa%C3%B1a%3A%20Impacto%20sobre%20el%20comportamiento&f=false Fecha de consulta: 07/07/2023

Alles, M. T. F. (2020). El impacto de la crisis sanitaria del covid-19 en el sector turístico español. *Desarrollo, economía y sociedad*, 9(1), 36-40. Disponible en: <https://revista.jdc.edu.co/index.php/deyso/article/view/655/621> Fecha de consulta: 07/07/2023

Acerenza, M. Á. (2007). Conceptualización, origen y evolución del turismo. *Trillas*. Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1177> Fecha de consulta: 08/07/2023.

Tamames, R. (2005). La autarquía española y las rémoras para el crecimiento económico posterior. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (826), 13-24. Disponible en: <https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/840/840> Fecha de consulta: 07/07/2023

de Cárdenas Cristia, A. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *Acimed*, 14(4), 0-0. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352006000400015&script=sci_arttext Fecha de consulta: 12/07/2023

Veliz, T. G. B., Avila, D. A. C., & Bustamante, R. Y. S. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2026-2044. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926897> Fecha de consulta: 12/07/2023

Spendolini, M. J. (1994). *El Benchmarking*. Bogotá: Norma S.A. Disponible en: <https://isabelportoperez.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/03/benchmarking001.pdf> Fecha de consulta: 12/07/2023.

Marciniak, R. (2017). El «benchmarking» como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria virtual. Ejemplo de una experiencia polaca. *Educación*, 53(1), 171-207. Disponible en: <https://educar.uab.cat/article/view/v53-n1-marciniak/788-pdf-es> Fecha de consulta: 12/07/2023.

Campos Martín, N. M. . (2020). Traducción, historia y turismo: relatos de viajeros por la España del siglo XIX. Alexandre Laborde y su *Voyage pittoresque* (1806), vertido a la lengua castellana por Juan Fernández de Rojas en 1807. *Onomázein*, (NE VII), 206–223. Disponible en: <https://ojs.uc.cl/index.php/onom/article/view/29687> Fecha de consulta: 01/04/2024

Simone Pedote, G. (2023). HISTORIA DE ALGUNAS DENOMINACIONES DE TURISMO EN ESPAÑA: TURISMO DEPORTIVO, TURISMO CULTURAL, TURISMO MARINERO Y TURISMO GASTRONÓMICO. *Cuadernos de Turismo*, (51), 79–100. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/571471/345481> Fecha de consulta: 03/04/2024.

García Esteban, C., Gómez Loscos, A., & Martín Machuca, C. (2023). La recuperación del turismo internacional en España tras la pandemia. *Boletín Económico/Banco de España*, 2023/T1, 08. Disponible en: <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/25114> Fecha de consulta: 23/04/2024

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2024). Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> Fecha de consulta: 06/05/2024.

Statista (2024). Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/474658/visitantes-extranjeros-en-espana-por-tipo/> Fecha de consulta 07/05/2024.

Instituto Nacional de Estadística (INE. a) (2024). Disponible en: https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/10/&file=01001.px#_tabs-tabla Fecha de consulta: 07/05/2024.

Pousada, R. V. (2022). Turismo en España entre el primer y el segundo boom turístico, y cambio de modelo (1951-1962). *Estudios Turísticos*, (223), 21-57. Disponible en: <https://estudiosturisticos.tourspain.es/index.php/ET/article/view/23/22> Fecha de consulta: 08/05/2024.

Vallejo Pousada, R., Lindoso-Tato, E., & Vilar Rodríguez, M. (2020). Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: la demanda turística en el siglo XIX. Disponible en:

https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/25259/Vallejo_Pousada_Rafael_2020_Or%c3%adgenes_hist%c3%b3ricos_del_turista_y_del_turismo_en_Espa%c3%b1a.pdf?sequence=6&isAllowed=y Fecha de consulta: 09/05/2024.

Instituto Nacional de Estadística (INE. b) (2024). Disponible en: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10943#_tabs-grafico Fecha de consulta: 14/05/2024.

Instituto Nacional de Estadística (INE. c) (2024). Disponible en: <https://www.ine.es/consul/serie.do?d=true&s=EPA387796&c=2&> Fecha de consulta: 14/05/2024.

Cabrer-Borrás, B. & Rico, P. (2020). Impacto económico del sector del turismo en España. Estudios de economía aplicada, 19. Disponible en: <https://roderic.uv.es/rest/api/core/bitstreams/cf1add4a-b705-44cf-a26a-99bcd524fede/content> Fecha de consulta: 14/05/2024

López Palomeque, F., Vera-Rebollo, J. F., Torres Delgado, A., & Ivars-Baidal, J. (2022). El turismo, ¿ fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario. Publicacions de la Universitat de València. Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/123275/1/Lopez-Palomeque-et-al-El-turismo-fin-de-epoca.pdf> Fecha de consulta: 20/05/2024.