

## LA CRISIS ECONÓMICA Y EL TURISMO INTERNACIONAL EN ESPAÑA

José Luis Nieto González<sup>1</sup>

Isabel María Román Sánchez<sup>2</sup>

Domingo Bonillo Muñoz<sup>3</sup>

### Resumen

La crisis económica ha afectado de forma significativa a los distintos sectores de la economía española, si bien en distinta medida. En este artículo se trata de analizar su repercusión sobre el sector turístico español, donde queda patente su extraordinaria resistencia y fortaleza, sobre todo debido a la diversidad de su oferta, que si bien se centra en el sol y playa en el litoral, tiene como máximos exponentes el turismo rural, de naturaleza, cultural o urbano como complemento del anterior, o como principal recurso en las localidades del interior. Se concluye poniendo de manifiesto que si bien la crisis ha afectado al turismo internacional en España, ese impacto se ha limitado bastante en el tiempo, protagonizando en los últimos años un espectacular crecimiento.

**Palabras Clave:** Turismo, crisis económica, sector turístico, España, turismo rural.

### Abstract

The economic crisis has significantly affected the different sectors of the Spanish economy, although to varying degrees. In this paper, we attempt to analyze the response of the Spanish tourism sector given the circumstances, emphasizing the resistance and strength of the sector, mainly due to the diversity of its offer, which while focuses on the sun and beach on the coast, has as maximum exponents the rural, nature, cultural or urban tourism, as a complement of the above, or as the main resource in inland. We concluded by showing that while the crisis has affected international tourism in Spain, the impact has been very limited in times, starring in recent years a spectacular growth.

**Keywords:** tourism, economic crisis, touristic sector, rural tourism.

### 1. INTRODUCCIÓN.

España es uno de los destinos preferidos por los turistas de todo el mundo por sus características excepcionales como son, la situación geográfica, el clima cálido y la variedad de la oferta turística.

En primer lugar, en cuanto a su situación, y tal y como se recoge en las fichas de países publicadas por ICEX<sup>4</sup>, España se localiza en Europa Meridional, ocupando la mayor parte

---

<sup>1</sup> Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería, ,E-mail: jlnieto@ual.es.

<sup>2</sup> **Autora de Correspondencia** :Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento Economía y Empresa, Área Economía Aplicada, Universidad de Almería, CP 04120, Crta de Sacramento, s/n, Almería, España, Tel: 950015180 E-mail: iroman@ual.es.

<sup>3</sup> Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería, E-mail: dbonillo@ual.es.

<sup>4</sup> ICEX España Exportación e Inversiones es una entidad pública empresarial de ámbito estatal, adscrita al Ministerio de Economía y Competitividad, que surge en 2012 debido al cambio de denominación del extinto Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

de la península ibérica, y comprendiendo a su vez las islas Baleares –enclavadas el mar Mediterráneo–, las islas Canarias –en el océano Atlántico–, y las ciudades de Ceuta y Melilla –en el norte de África–, y cuenta con una superficie total de 505.986 km<sup>2</sup>. Limita con Francia y Andorra al norte, con Portugal al oeste, y con Marruecos al sur –en este último caso, las ciudades de Ceuta y Melilla–. Está bañada por el mar Cantábrico al norte, por el océano Atlántico al oeste y al sur, y por el mar Mediterráneo al sur y al este. Su población, según el INE, asciende a 46.624.382 habitantes a 1 de enero de 2015. Es, por consiguiente, un país mediterráneo, no solo por su ubicación, sino también por sus tradiciones y su entorno cultural.

En segundo lugar, el clima con el que cuenta España es muy variado, aunque predomina el clima mediterráneo, con veranos muy calurosos e inviernos suaves en la costa y fríos en el interior; la zona norte tiene un clima atlántico con temperaturas suaves, aunque con una gran cantidad de precipitaciones; y las islas Canarias gozan de unas temperaturas cálidas durante prácticamente todo el año. No obstante, debido a la orografía que presenta nuestro país, también dispone de importantes sistemas montañosos, con un clima muy frío en invierno, y un verano fresco.

Debido principalmente a estos factores, la oferta turística de España es sumamente variada. Aunque el turismo de sol y playa<sup>5</sup> es el que atrae al mayor número de turistas, nuestro país tiene la posibilidad de ofrecer cualquier actividad que el visitante desee. Merece una especial mención el turismo rural, entendido como *“aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionado con el medio rural”* (García Cuesta, 1996: 46-47). En los últimos años el turismo rural ha experimentado un importante crecimiento, caracterizado por una demanda de calidad, donde el turista está concienciado con la conservación del medio ambiente, buscando pueblos pequeños y tranquilos con un buen entorno natural que le permita evadirse del ambiente urbano, para restituir sus energías y equilibrio (García Henche, 2005). Por tanto, podemos distinguir entre turismo de litoral y turismo de interior con todas sus modalidades<sup>6</sup>, aunque en algunos casos este último actúa solo como complemento del primero.

Sin embargo, una buena parte de los turistas que nos visitan cada año desconocen la amplia oferta turística que ofrece nuestro país. Esa es la tarea pendiente que debe gestionar el sector turístico junto con la Administración en todos sus ámbitos.

## **2. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS TURÍSTICOS.**

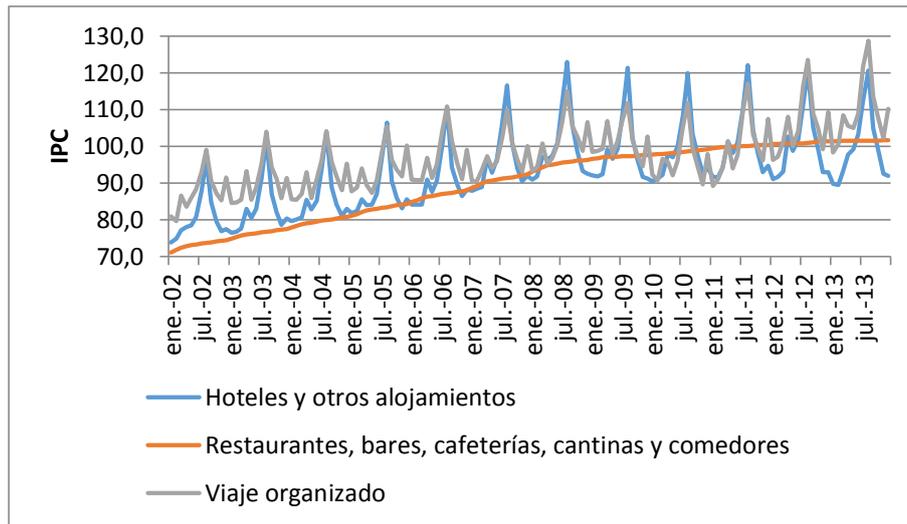
Una de las variables que más influye en la decisión del turista a la hora de elegir el destino de su viaje es el nivel de precios turísticos. Por lo que vamos a analizar el nivel de precios de los diferentes servicios turísticos en nuestro país. Los resultados se muestran en el gráfico 1.

---

<sup>5</sup> Se trata, por tanto, de un turismo de masas.

<sup>6</sup> Aparte del turismo rural, se pueden considerar modalidades de turismo de interior otras como el turismo cultural, urbano, de salud, de naturaleza, etc.

**Gráfico 1.** IPC de las distintas actividades turísticas (Base = 2011) (2002-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Según se observa en el gráfico, el índice de precios del alojamiento y el de los viajes organizados presentan una marcada estacionalidad, si bien en el primero es bastante más acusada que en el segundo. En el resto de conjunto de servicios turísticos, como son servicios de restauración, no muestran ningún signo de estacionalidad pero si presenta una tendencia creciente durante toda la serie. Aunque tenemos que destacar que a partir del año 2008 su crecimiento es más moderado. Procedemos, por tanto, a desestacionalizar las dos series comentadas, para así ver su evolución en el tiempo. Los factores estacionales calculados se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1.** Factores estacionales

| Mes        | Factor estacional hoteles y otros alojamientos (%) | Factor estacional viaje organizado (%) |
|------------|--|--|
| Enero      | 92,9   | 94,0                                   |
| Febrero    | 93,0   | 94,2                                   |
| Marzo      | 94,4   | 97,5                                   |
| Abril      | 100,0  | 100,4                                  |
| Mayo       | 97,7   | 95,2                                   |
| Junio      | 100,6  | 98,9                                   |
| Julio      | 110,0  | 106,5                                  |
| Agosto     | 121,5  | 113,9                                  |
| Septiembre | 104,0  | 103,0                                  |
| Octubre    | 97,9   | 98,8                                   |
| Noviembre  | 93,4   | 94,8                                   |
| Diciembre  | 94,5   | 102,8                                  |

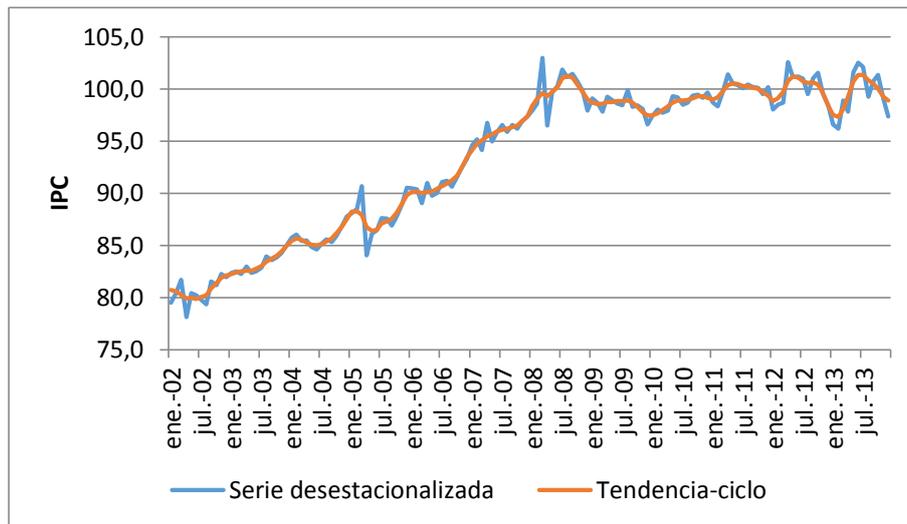
Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los hoteles y otros alojamientos los valores por debajo de la media se dan en los meses de temporada baja – intermedia (enero, febrero, marzo, mayo, octubre, noviembre y diciembre). Merece especial mención el mes de abril que alcanza valor medio debido a la tendencia de las vacaciones de la Semana Santa. Los meses de junio a septiembre superan la media con apreciable subida del índice de precios en los alojamientos en el mes de agosto, incrementándose en más de 20% respecto a la tendencia media.

El comportamiento es similar en el caso de los viajes organizados, aunque cabe destacar que la diferencia es menor en caso de la tendencia media – en el mes de agosto el índice de precios se eleva un 14% con respecto a la tendencia media.

A continuación, se presenta la serie desestacionalizada y la tendencia del ciclo para hoteles y otros alojamientos (gráfico 2) y para los viajes organizados (gráfico 3).

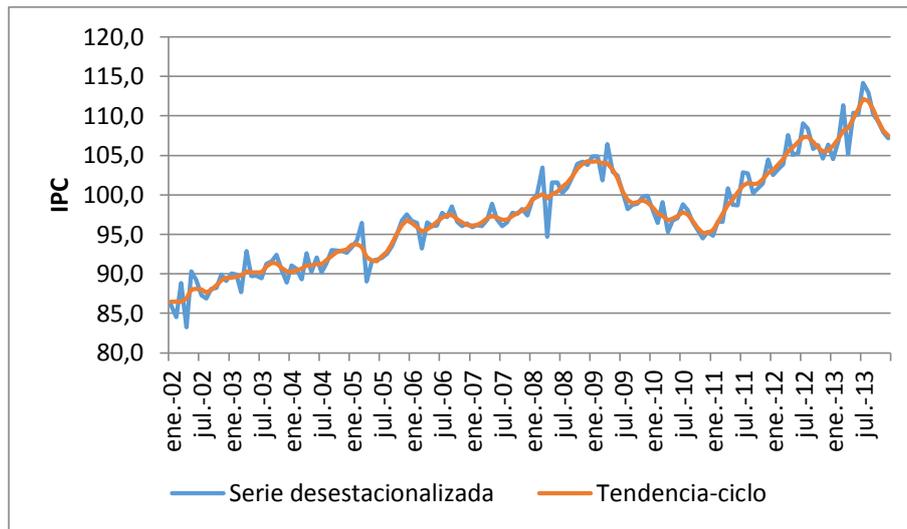
**Gráfico 2.** IPC de hoteles y otros alojamientos (Base = 2011). Serie ajustada estacionalmente y tendencia-ciclo (2002-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Según se observa en el gráfico, el IPC de los hoteles y otros alojamientos experimenta un notable crecimiento hasta mediados de 2008 coincidiendo con el inicio de la crisis económica. A partir de dicha fecha el crecimiento del índice se mantiene, aunque cabe destacar ciertas oscilaciones.

**Gráfico 3.** IPC de viajes organizados (Base = 2011). Serie ajustada estacionalmente y tendencia-ciclo (2002-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Por consiguiente, estudiando el comportamiento del índice de precios de viajes organizados, observamos que a lo largo de los años estudiados experimenta un crecimiento moderado hasta principios del año 2009. A partir de ese punto destaca un fuerte descenso que se prolonga hasta finales de 2010, volviendo a crecer para situarse en valores muy superiores a los observados anteriormente.

Finalmente, tenemos que mencionar que la marca España en el resto del mundo es un factor de suma importancia a la hora de atraer al turista a nuestro país. Destacamos que se ha despertado un creciente interés de los países asiáticos en los productos españoles. El turismo contribuye a retroalimentar el éxito de la marca España, ayudado por el abundante patrimonio artístico y cultural con el que cuenta nuestro país, así como su variada gastronomía y sus importantes enclaves naturales y rurales<sup>7</sup>. Gracias a todos estos factores, los turistas que visitan España fidelizan este destino.

### **3. LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL TURISMO RECEPTOR EN ESPAÑA.**

Si tomamos en consideración la palabra crisis en toda su amplitud, han sido muchas y muy diferentes las que han afectado el turismo a lo largo del tiempo. Se pueden considerar, fundamentalmente, las crisis económicas o financieras, las sanitarias (epidemias), los desastres naturales (fundamentalmente terremotos y, en su caso, tsunamis) y las de seguridad (terrorismo y guerras). En el presente trabajo nos centraremos en las primeras.

En términos prácticos, se puede afirmar que una economía está en recesión cuando registra dos trimestres consecutivos de caída del producto interior bruto<sup>8</sup> (Filardo, 1999; Blanchard y Simon, 2001). Sin embargo, también se ha adoptado como válida la definición del National Bureau of Economic Research (NBER), recogida por Hall (2003:

<sup>7</sup> De hecho, tal y como publica el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, España es el segundo país del mundo que cuenta con más ciudades Patrimonio de la Humanidad y el tercero en cuanto a número de espacios naturales.

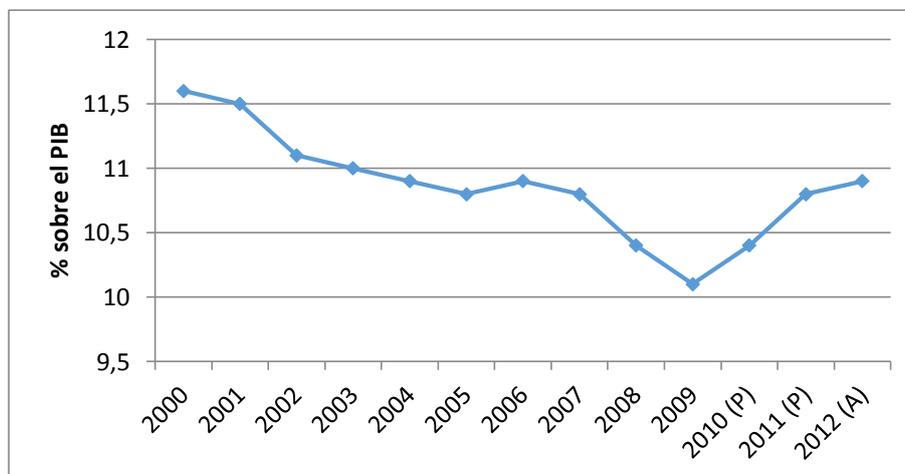
<sup>8</sup> Esta regla se remonta a un trabajo de Shiskin (1974), uno de los pioneros en la investigación empírica de los ciclos económicos vinculado al National Bureau of Economic Research (NBER).

1) según la cual se entiende como recesión la “disminución significativa en la actividad que se extiende a través de la economía, que dura más de unos pocos meses, visible en el producto interior bruto real, el empleo y otros indicadores de actividad”<sup>9</sup>.

Han sido múltiples los trabajos realizados que han analizado las implicaciones de las distintas crisis económicas o financieras en las corrientes turísticas recibidas en una determinada zona. Esto puede ser debido a diversas causas, aunque su importancia puede provenir en gran medida, y según apunta Henderson (2007), del efecto negativo que las crisis económicas ejercen sobre la demanda turística, ya que reducen el ingreso disponible y afectan a la economía del lugar de destino, tanto más cuanto más dependiente sea dicha zona del turismo. Entre estos estudios merecen especial atención el pionero de Solomon y George (1976), sobre la crisis energética acontecida a mediados de los años setenta, así como los posteriores de Henderson (1999a y 1999b), Prideaux (1999a, 1999b), Prideaux y Witt (2000) y Law (2001), en relación a la crisis financiera asiática de mediados de 1997. Sin embargo, ha sido la reciente crisis económica global que tuvo sus orígenes en Estados Unidos a finales de 2007 y posteriormente se extendió por un gran número de economías –fundamentalmente las de países desarrollados– la más estudiada, sobre todo por el notable impacto negativo en los distintos sectores económicos, entre ellos el turístico. En este aspecto cabe destacar los trabajos de Ritchie, Amaya Molinar y Frechtling (2010), Song y Lin (2010), Smeral (2010), Papatheodorou, Rosselló y Xiao (2010), así como investigaciones centradas en determinados países, como la de Hernández Solís, Muñoz Martínez y Rodríguez Oromendía (2012) para España, Boukas y Ziakas (2013) para Chipre, Papatheodorou y Arvanitis (2014) para Grecia y Cellini y Cuccia (2014) para Italia.

En relación al caso español, se puede afirmar, objetivamente, que España es un país donde el sector turístico ocupa un lugar prioritario en la economía. De hecho, la cuenta satélite del turismo de España, publicada por el INE, revela que el peso de la actividad turística en 2012 alcanzó el 10,9 % del PIB y el 11,9% del empleo. En este sentido, la evolución de la aportación del turismo al PIB se refleja en el gráfico 4, mientras que su desglose en función del tipo de turismo lo recogemos en el gráfico 5.

**Gráfico 4.** Aportación del turismo al PIB de la economía española (2000-2012)



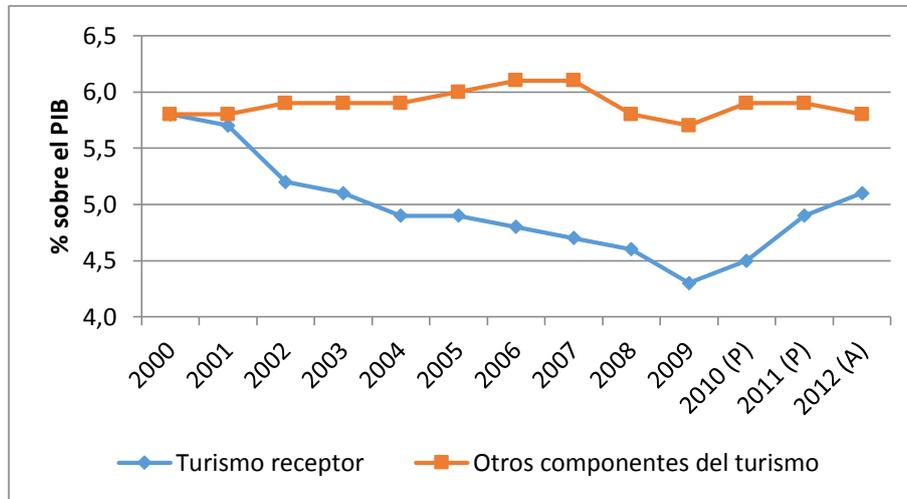
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Se puede apreciar que la aportación del turismo al PIB de la economía española muestra una tendencia moderadamente a la baja, que se acentúa fundamentalmente entre los años

<sup>9</sup> Traducción propia.

2007 y 2009, donde el efecto de la crisis económica internacional se deja notar de una forma más patente, para, a partir de 2010, cambiar la tendencia y comenzar una senda de crecimiento, lo que denota la fortaleza del sector turístico, al iniciar la recuperación anticipándose a otros sectores de la economía.

**Gráfico 5.** Aportación del turismo al PIB de la economía española, según el tipo de turismo (2000-2012)



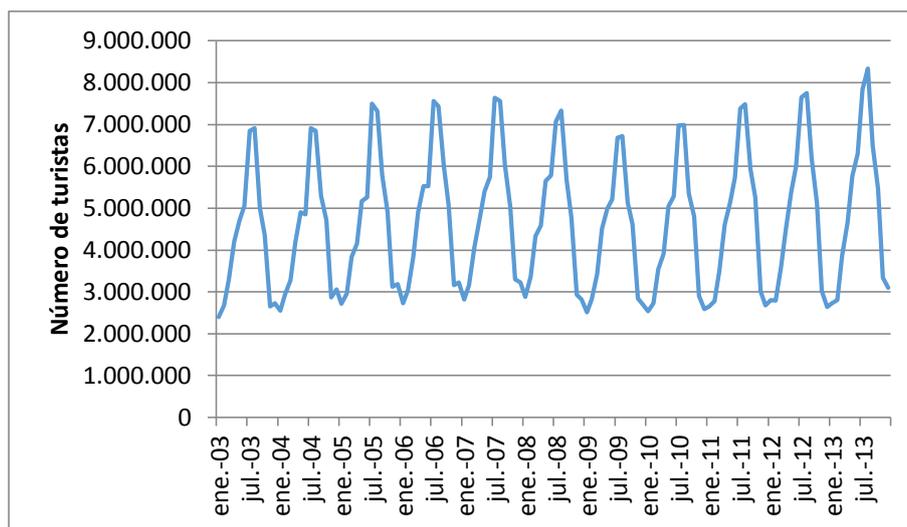
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Centrándonos en el consumo derivado del turismo receptor, su contribución al PIB muestra una senda decreciente hasta el año 2009, donde se da un punto de inflexión, iniciándose una tendencia al alza. Por el contrario, la aportación del resto de componentes del turismo<sup>10</sup> al PIB muestra una tendencia bastante estable en toda la senda considerada. Es por ello que se puede concluir que es precisamente el turismo receptor el que provoca las variaciones anteriormente analizadas en la aportación total del turismo al PIB de la economía española.

Para observar en una mayor medida el impacto de la recesión económica en el sector turístico, vamos a analizar tanto las llegadas de turistas internacionales como el gasto que dichos turistas realizaron en su viaje. En primer lugar, las llegadas de turistas internacionales se muestran en el gráfico 6.

<sup>10</sup> El resto de componentes de la demanda turística lo conforman el consumo de los residentes en el territorio, de las AA.PP. y la formación bruta de capital fijo.

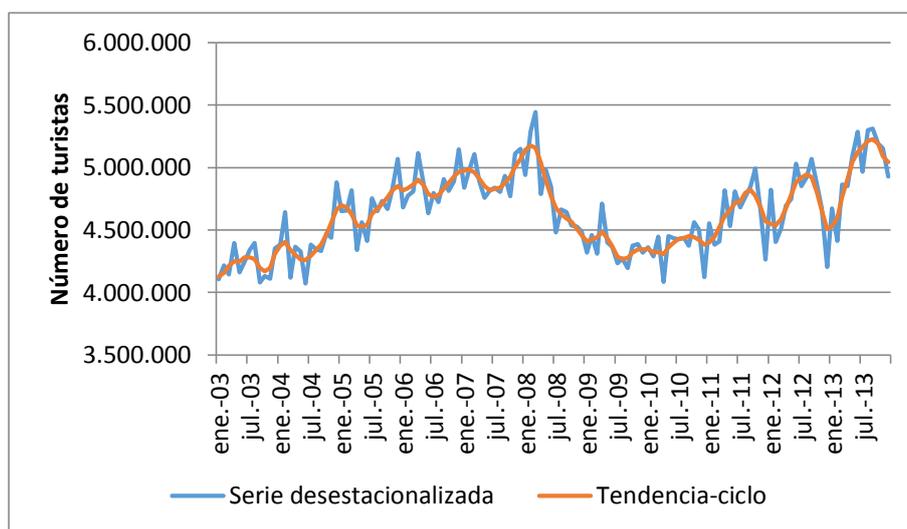
**Gráfico 6.** Llegadas mensuales de turistas internacionales a España (2003-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET.

Como se puede comprobar, en la serie presentada se observa la presencia de un componente estacional claramente diferenciado, ya que todos los años hay unos meses donde la llegada de turistas es muy superior al resto<sup>11</sup>. La representación gráfica de la serie desestacionalizada se recoge en el gráfico 7.

**Gráfico 7.** Llegadas mensuales de turistas internacionales a España. Serie ajustada estacionalmente y tendencia-ciclo (2003-2013)



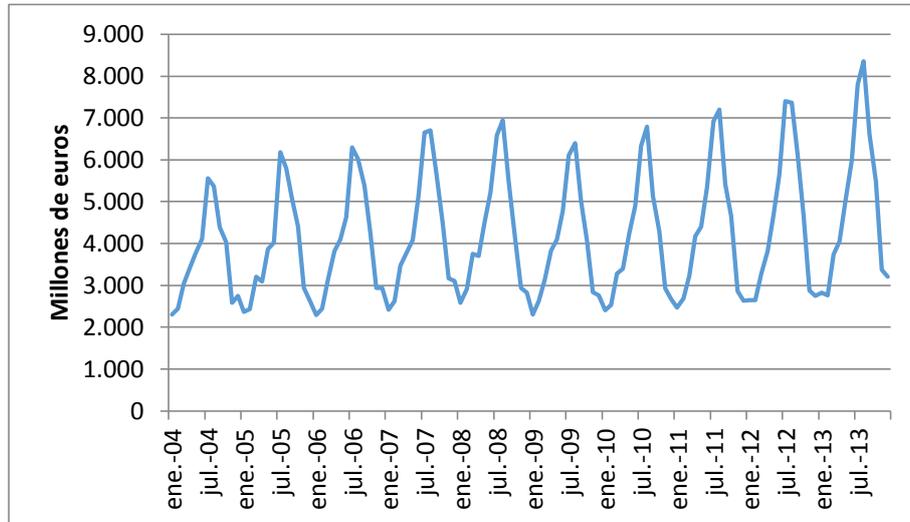
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET.

La serie corregida estacionalmente presenta fluctuaciones a muy corto plazo debidas a la acción del componente irregular. En cuanto a la tendencia, se puede distinguir una primera fase ascendente hasta el primer trimestre de 2008, una segunda de declive que culmina en el tercer trimestre de 2009 –donde queda patente la mella en la llegada de turistas protagonizada por la crisis económica– y una tercera fase de crecimiento a partir de esa fecha aunque con dos breves recesos, a principios y a finales de 2012.

<sup>11</sup> Esto sucede principalmente en los meses estivales y, en menor medida, en Semana Santa, donde predomina el turismo interno y no el internacional.

En segundo lugar, y bastante más relevante en términos económicos, podemos incluir el gasto que los turistas internacionales realizan con motivo de su viaje a España, que sintetizamos en el gráfico 8.

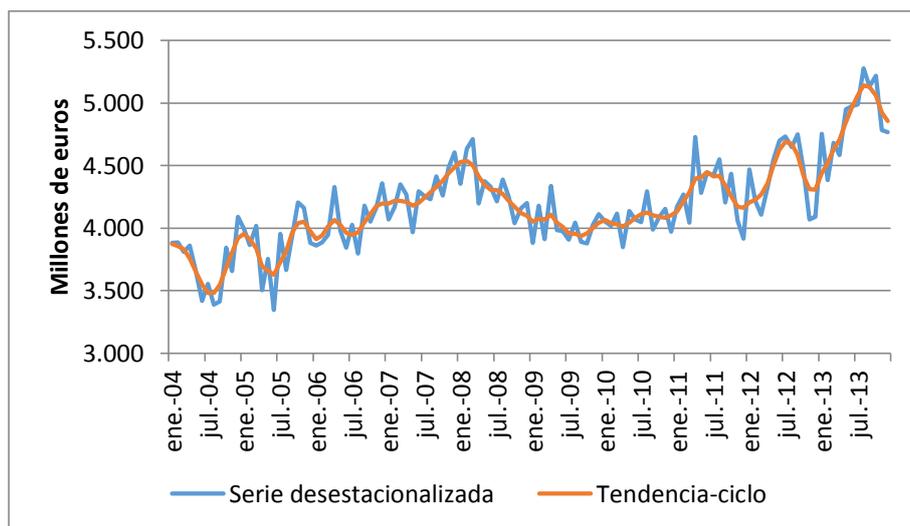
**Gráfico 8.** Gasto mensual de los turistas internacionales en España (2004-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET.

La serie muestra un marcado componente estacional, lo que imposibilita realizar un análisis sin eliminar dicho efecto. Esto se realiza en el gráfico 9.

**Gráfico 9.** Gasto mensual de los turistas internacionales en España. Serie ajustada estacionalmente y tendencia-ciclo (2004-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET.

La tendencia nos muestra una primera etapa donde el gasto turístico internacional en España va creciendo hasta alcanzar un máximo en marzo de 2008. A partir de ese punto se inicia una segunda etapa donde el gasto de los turistas disminuye de una forma notable hasta enero de 2009 para ralentizar su descenso hasta septiembre de 2009 y, a partir de ahí la tendencia se invierte, aumentando a un ritmo suave hasta finales de 2010 para, a partir de esa fecha, iniciar una senda creciente, si bien con oscilaciones, que le lleva a alcanzar valores muy superiores a los registrados con anterioridad a la crisis, por lo que

en resumen se puede afirmar que la crisis económica ha repercutido negativamente en el sector turístico de nuestro país, interrumpiendo la importante senda alcista registrada en los ingresos por turismo internacional hasta el año 2007.

Por último, y para concluir con nuestro estudio, vamos a prestar especial atención a las cifras aportadas por la balanza de pagos turística. En este sentido hemos de señalar que el consumo realizado por el turista supone adquirir bienes y servicios turísticos con la finalidad de alcanzar un determinado nivel de satisfacción o utilidad. Al centrarnos en el turismo internacional, se debe tener en cuenta que lo que consume un turista en el país de destino debe ser considerado por ese país como una exportación y, de forma análoga, por el país de origen del turista como una importación<sup>12</sup>.

En la tabla 4.6 se puede observar la evolución de la balanza de pagos turística, en comparación con la balanza por cuenta corriente.

**Tabla 4.6.** Balanza de pagos turística española y contribución al equilibrio de la balanza por cuenta corriente (millones de euros) (precios corrientes) (2000-2013)

| Año  | Turismo y viajes |        |        | Balanza por cuenta corriente |                            |
|------|------------------|--------|--------|------------------------------|----------------------------|
|      | Ingresos         | Pagos  | Saldo  | Saldo                        | Saldo, excluido el turismo |
| 2000 | 32.446           | 6.454  | 25.992 | -24.949                      | -50.942                    |
| 2001 | 34.222           | 7.296  | 26.926 | -26.823                      | -53.748                    |
| 2002 | 33.557           | 7.687  | 25.870 | -23.764                      | -49.634                    |
| 2003 | 35.047           | 8.010  | 27.037 | -27.476                      | -54.514                    |
| 2004 | 36.376           | 9.772  | 26.604 | -44.164                      | -70.768                    |
| 2005 | 38.558           | 12.125 | 26.433 | -66.860                      | -93.293                    |
| 2006 | 40.715           | 13.266 | 27.449 | -88.313                      | -115.762                   |
| 2007 | 42.061           | 14.360 | 27.701 | -105.266                     | -132.967                   |
| 2008 | 41.901           | 13.834 | 28.067 | -104.676                     | -132.742                   |
| 2009 | 38.125           | 12.086 | 26.039 | -50.539                      | -76.578                    |
| 2010 | 39.621           | 12.663 | 26.958 | -46.963                      | -73.921                    |
| 2011 | 43.126           | 12.349 | 30.777 | -38.968                      | -69.745                    |
| 2012 | 43.791           | 11.913 | 31.879 | -12.427                      | -44.306                    |
| 2013 | 45.505           | 12.249 | 33.256 | 7.965                        | -25.291                    |

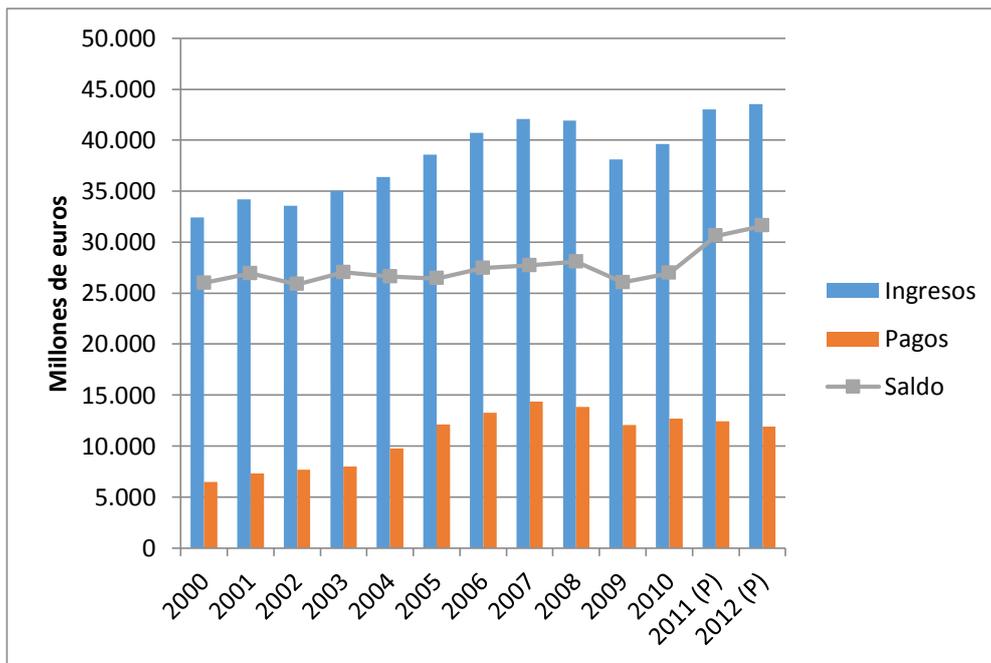
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco de España<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Dejando de lado los bienes que pueda adquirir el turista, dado que nos estamos refiriendo al consumo de un servicio, podríamos referirnos con las denominaciones de “exportación invisible” e “importación invisible”, respectivamente.

<sup>13</sup> Tal y como publica el Banco de España en su nota informativa del 20 de febrero de 2007, en el proceso de evaluación y mejora de las estimaciones de la rúbrica de Turismo y viajes se decidió introducir un nuevo procedimiento que integra, tanto los resultados de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), como distintos indicadores disponibles, entre ellos indicadores de los sectores de la oferta turística, que muestran una relación directa o indirecta con el gasto turístico de los no residentes.

Como se puede comprobar, España es un país de una gran tradición turística, e históricamente considerado receptor neto de turismo. Esto se ve reflejado en un saldo positivo de nuestra balanza de pagos turística que, por su parte, ayuda a compensar, en cierta medida, el desequilibrio de la balanza de pagos por cuenta corriente. Además, en el periodo considerado los ingresos derivados del turismo (resultantes del gasto de los no residentes en nuestro territorio), han pasado de suponer 5 veces los pagos vinculados al turismo emisor (el realizado por los españoles en el resto del mundo) en el año 2000 a 3,7 veces en 2013, con un aumento en todo el periodo de un 27,9% en el saldo de la balanza de pagos turística, o lo que es lo mismo, un 1,9% de media de incremento anual.

**Gráfico 10.** Flujos turísticos de España con el resto del mundo (emisor, receptor y saldo) (precios corrientes) (2000-2012)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Es de destacar la evolución del saldo de la balanza de pagos turística (gráfico 10), donde se observa un ligerísimo crecimiento del mismo durante prácticamente toda la serie, tendencia que se rompe en el año 2009, donde la crisis internacional provocó que los ingresos derivados del turismo receptor retrocedieran un 9%, frente a una del 12,6% en los pagos por turismo emisor. Sin embargo, en los años posteriores se ha compensado con creces esa disminución del saldo, amentando considerablemente el mismo, sobre todo en 2011, donde se incrementó un 13,5% respecto al año anterior; esta subida se debió fundamentalmente a que los ingresos por turismo receptor han registrado un considerable incremento, mientras que los pagos por turismo emisor aún siguen estancados<sup>14</sup>.

#### 4. CONCLUSIONES.

Según los datos estudiados podemos concluir que el turismo internacional en nuestro país se ha visto afectado por la crisis económica tanto en número de turistas como en ingresos. No obstante, cabe destacar que la disminución del número de turistas ha sido muy localizada en el tiempo, limitándose únicamente a un poco más de un año y

<sup>14</sup> A este respecto, en enero de 2013, el Secretario General de la OMT ha destacado el superávit de la balanza turística española, catalogándolo como “el más importante de todo el mundo”.

protagonizando un vigoroso crecimiento en años posteriores. Por otra parte, el gasto medio por turista o en la estancia media se ha visto poco afectado. Esto se debe a la extraordinaria fortaleza del sector.

Destacamos en estas conclusiones la elevada resistencia del sector, fruto por un lado del esfuerzo de diversificación de la oferta turística española, que además del tradicional turismo de sol y playa, abarca otras modalidades en auge como turismo rural, de naturaleza, cultural, deportivo o profesional, como por otro lado, la elevada calidad de la oferta turística que brinda a nuestro país el inmejorable beneficio de la gran fidelidad al destino de los turistas internacionales.

Además, hay que destacar, la rápida recuperación del mercado turístico español es otro de los factores a tener en cuenta. Aun cuando la crisis seguía patente en la mayoría de los países de los que proceden los turistas, los índices de turismo español empezaron a mostrar signos de mejoría y crecimiento.

Por ello, se debe tratar en el futuro de potenciar dicha oferta turística, sin menoscabar con ello la ventaja competitiva que la modalidad sol y playa aporta con respecto a otros destinos. El resto de las ofertas turísticas actuarán como complemento a la modalidad principal o actuarán como principal atractivo turístico, según el caso. Esto último más marcado en las zonas del interior que cuentan con importantes recursos naturales y con enclaves rurales únicos. Destacando sus tradiciones, costumbres y gastronomía, además de la belleza de los parajes.

## 5. BIBLIOGRAFÍA.

- Blanchard, O. & Simon, J. (2001). The long and large decline in US output volatility, *Brookings papers on economic activity*, (1), 135-174.
- Boukas, N. & Ziakas, V. (2013). Impacts of the global economic crisis on Cyprus tourism and policy responses. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 329-345.
- Cellini, R. & Cuccia, T. (2014). The tourism industry in Italy during the Great Recession (2008-12): What data show and suggest. *MPRA Paper No. 62473*, 1-27.
- Filardo, A. J. (1999). How reliable are recession prediction models? *Economic review – Federal Reserve Bank of Kansas City*, (84), 35-56.
- García Cuesta, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, (132), 45-59.
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, (15), 113-133.
- Hall, R. E. (2003). Economic Fluctuations and Growth. *NBER Reporter Fall 2003, National Bureau of Economic Research*, 1-8.
- Henderson, J. C. (1999a). Managing the Asian financial crisis: tourist attractions in Singapore. *Journal of Travel Research*, 38(2), 177–181.
- Henderson, J. C. (1999b). Asian tourism and the financial Indonesia and Thailand compared?. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 294-303.
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism crises: causes, consequences and management*. Oxford: Butterworth–Heinemann.

- Hernández Solís, M., Muñoz Martínez, A. & Rodríguez Oromendía, A. (2012). Impact of the international financial crisis on the spanish tourism sector. *GSTF Journal on Business Review*, 1(4), 149-152.
- Law, R. (2001). The impact of the Asian financial crisis on Japanese demand for travel to Hong Kong: a study of various forecasting techniques. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10(2-3), 47-65.
- Papatheodorou, A., Rosselló, J. & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45.
- Papatheodorou, A. & Arvanitis, P. (2014). Tourism and the economic crisis in Greece: Regional perspectives. *Région et Développement*, 39, 183-203.
- Prideaux, B. (1999a). Tourism perspectives of the Asian financial crisis: lessons for the future. *Current Issues in Tourism*, 2(4), 279-293.
- Prideaux, B. (1999b). The Asian financial Crisis: causes and implications for Australia's tourism industry. *Australian Journal of Hospitality Management*, 6(2), 35-44.
- Prideaux, B. & Witt, S. F. (2000). The impact of the Asian financial crisis on Australian tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(1), 1-7.
- Ritchie, J. R. B., Amaya Molinar, C. M. & Frechtling, D. C. (2010). Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: North America. *Journal of Travel Research*, 49(1), 5-15.
- Shiskin, J. (1974, 1 december). The changing business cycle, *New York Times*, 222.
- Smeral, E. (2010). Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: forecasts and potential risks. *Journal of Travel Research*, 49(1), 31-38.
- Solomon, P. J. & George, W. R. (1976). An empirical investigation of the effect of the energy crisis on tourism. *Journal of Travel Research*, 14(3), 9-13.
- Song, H. & Lin, S. (2010). Impacts of the financial and economic crisis on tourism in Asia. *Journal of Travel Research*, 49(1), 16-30.