

## RESUMEN AMPLIO

# IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS EN EL TURISMO DE MONTAÑA: UN ANÁLISIS PARA EL CASO DE LOS PIRINEOS

*Víctor Orive*

Escuela Turismo Universitaria de Zaragoza  
orive@unizar.es  
<https://orcid.org/0000-0001-6467-7414>

*Carmen Elboj*

Universidad de Zaragoza  
celboj@unizar.es  
<http://orcid.org/0000-0003-0937-4861>

*Diana Valero*

Universidad de Zaragoza/Universidad Nebrija  
dvalero@nebrija.es  
<http://orcid.org/0000-0002-3252-076X>

El turismo es un sector muy relevante para la economía de España. En el año 2018, esta industria generó el 12,3% del Producto Interior Bruto (PIB) nacional y el 12,7% del empleo total (INE, 2019). Además, en ese año, más de 83 millones de turistas internacionales vinieron a España generando unos ingresos superiores a los 92.000 millones de euros (INE, 2018).

Sin embargo, el sector turístico de un territorio puede verse afectado por diferentes tipologías de crisis (Nieto et al., 2016). Según la literatura, pueden ser generadas por desastres naturales (Henderson, 2007; Ritchie, Crofts, Zehrer y Volsky, 2014; Sharpley, 2005), problemas de seguridad (Bassil, Saleh, y Anwar, 2017; Pizam y Smith, 2000) o por cuestiones económico financieras (Ritchie, Amaya Molinar y Frechtling, 2010; Smeral, 2010; Song y Lin, 2010).

La literatura ha analizado el impacto que tiene una recesión económica en el sector turístico considerando diferentes contextos y lugares. Así, Solomon y George (1976) investigaron el impacto de la crisis de comienzos de la década de los 70 en Estados Unidos. Los resultados obtenidos muestran que la crisis afectó de manera muy importante al comportamiento de gasto de los turistas nacionales. Henderson (1999), Law (2001) o Prideaux (1999) analizaron la crisis financiera en Asia en la década de los 90. Las investigaciones cuantifican una importante reducción en la demanda turística en Japón, Hong Kong y Australia. Además destacan la importancia de las políticas públicas para abordar la recesión económica en la industria turística.

La crisis financiera del año 2007 surgida en Estados Unidos llegó a Europa en el año 2008 produciendo importantes consecuencias en las economías europeas. En el contexto

de la industria del turismo, la literatura ha analizado el impacto de la crisis en Chipre (Boukas y Ziakas, 2013), Grecia (Magoutas, Papadoudis, y Sfakianakis, 2018), Italia (Cafiso, Cellini, y Cuccia, 2018) y España (García López., Campoy Muñoz, Cardenete Flores y Marchena Gómez, 2018).

La investigación realizada por Boukas y Ziakas (2013) indica que la reducción de llegada de turistas internacionales, la disminución de los ingresos y de la competitividad fueron algunas de las consecuencias de la recesión en Chipre. Estos autores proponen la importancia de desarrollar un plan para el sector turístico. En el contexto de Grecia, la crisis económica produjo una disminución en la demanda turística nacional, mientras que las regiones con mayor número de turistas internacionales se vieron menos afectadas (Papatheodorou y Arvanitis, 2014; Magoutas, Papadoudis y Sfakianakis, 2018). Cellini y Cuccia (2014) han investigado el impacto de la crisis en el sector turístico de Italia. Los resultados obtenidos muestran una importante reducción en los ingresos hoteleros y en el total de hoteles.

En España, Torres, Ramírez y Rodríguez (2014) han investigado el impacto de la crisis en el sector turístico de la Costa del Sol en Andalucía. Para ello, analizan las variables pernoctaciones hoteleras, viajeros nacionales, viajeros internacionales y número total de hoteles. Los resultados obtenidos indican que la recesión económica impactó en el sector turístico en menor medida que en otros sectores económicos. Además, la recuperación del sector comenzó en el año 2010. Estos resultados fueron confirmados por Nieto, Román, y Bonillo (2016) y García López, Campoy Muñoz, Cardenete Flores, y Marchena Gómez (2018).

Las investigaciones analizadas han investigado el impacto de la crisis en el contexto del turismo de sol y playa. Sin embargo, existen tipologías de turismo diferentes que por su importancia económica y social deben considerarse.

El turismo de montaña representa el 15% de los ingresos turísticos mundiales (UNEP, 2002). Diversas actividades se incluyen dentro de esta tipología de turismo; Antar-Ecotono (2004) describe tres subgrupos dentro del turismo de naturaleza que pueden aplicarse al turismo de montaña: turismo de esparcimiento, turismo activo y ecoturismo. Austria, Suiza, Italia, Francia y Alemania son los más importantes lugares donde realizar turismo de montaña en Europa (INE, 2010). Sin embargo, España está creciendo de manera muy relevante en esta tipología turística ofreciendo una importante variedad de actividades (Urbaneja, J. S., y Torbidoni, E. I., 2018, Rodríguez, E. B., Luque, D. H., Arnáiz, M. M., y Gutiérrez, J. I., 2019; Ceruti, M. C., 2018; Malvárez, M. N. y Oliver, M. F., 2019).

Las autoridades turísticas españolas tienen entre sus objetivos diversificar la oferta turística (Turespaña, 2018). Por ello, y considerando el potencial que el turismo de montaña tiene para la economía de España, el objetivo de este artículo es analizar el impacto de la crisis económica del año 2008 en el turismo de montaña.

Para alcanzar este objetivo, la metodología utilizada está basada en un análisis longitudinal de la evolución de diferentes variables económicas y financieras a lo largo del periodo 2006 y 2016. De esta manera, la investigación incluye distintos periodos de la economía española. Así, durante los años 2006 y 2007, el PIB creció con tasas por encima del 3%. En el año 2008, la economía española comienza a mostrar tasas de crecimiento del PIB por debajo del 1,5%. Durante los años 2009 y 2013, España entró en una etapa

de recesión con importantes reducciones de las tasas de PIB. En el año 2014, la economía española comienza su recuperación con un crecimiento superior al 1%. Estas cifras de crecimiento aumentan para los años 2015 y 2016 (Banco de España, 2017).

Las variables económicas y financieras analizadas en este artículo son: número total de empleados, ingresos de explotación, activos totales, resultado económico, rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Además, se incluyen el número total de empresas turísticas creadas y el número total de empresas que se han extinguido. La elección de estas variables viene determinada por las investigaciones económicas realizadas en el contexto del turismo de montaña (Sánchez Pulido, Daries y Cristobal-Fransi, 2016; Moreno-Gené, J., Sánchez-Pulido, L., Cristobal-Fransi, E. y Daries, N. 2018)

Los datos han sido obtenidos a través del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) que recoge las cuentas anuales de aquellas empresas que están obligadas a depositar sus estados financieros. Se han seleccionado aquellas empresas cuya actividad se encuentra entre alguna de las actividades turísticas indicadas por la CNAE 2009. En total, la muestra incluye a más de 300 empresas turísticas.

El contexto de estudio considerado ha sido el Pirineo de Aragón. Esta área es considerada una de las más importantes regiones montañosas en España según el número de turistas internacionales o las infraestructuras turísticas (ITE, 2010). En concreto, la investigación incluye a un total de 181 municipios.

Los resultados de la investigación indican que la mayoría de las variables analizadas disminuyen a lo largo del periodo de análisis con respecto a las cifras del año 2006. Esta reducción es muy destacable para los años 2011, 2012 y 2013. Así, el total de empleados se han reducido en un 7%, los ingresos de explotación en un 23% y el resultado económico es negativo para más del 60% de empresas analizadas. Además, la rentabilidad económica y financiera para esos años fue del 0% para más de la mitad de las empresas. En total se crearon un total de 229 nuevas empresas turísticas y 52 concluyeron su actividad.

La recuperación de cifras iguales o superiores a las obtenidas en el año 2006 se produce en el año 2016 para la mayoría de variables analizadas. Este resultado difiere del obtenido en el contexto de sol y playa cuya recuperación de la crisis comenzó en el año 2010.

Los resultados económicos y financieros de las empresas turísticas analizadas no son óptimos. Por este motivo, la administración debe proponer acciones que favorezcan rentabilidad económica del sector. Además, se recomienda que las empresas colaboren e investiguen acuerdos de cooperación. Estas acciones son necesarias porque el turismo de montaña puede favorecer la diversificación y sostenibilidad de la industria turística en regiones que están viendo reducida la población.