

MÁS ALLÁ DEL GASTO TOTAL: LA RELEVANCIA DEL VECTOR DE CONSUMO TURÍSTICO PARA ESTIMAR EL IMPACTO ECONÓMICO

*Melchor Fernández Fernández**

Universidad Santiago de Compostela
<https://orcid.org/0000-0002-6255-2033>

*Xesús Pereira López***

Universidad Santiago de Compostela
<https://orcid.org/0000-0001-9709-7483>

*Uvenny Quirama Estrada**

Universidad Santiago de Compostela
<https://orcid.org/0000-0002-8930-0450>

RESUMEN

Este artículo propone una metodología alternativa para estimar el impacto económico del turismo basada en un modelo input-output elaborado a partir de las Tablas de Origen y Destino. Este enfoque permite un mayor grado de desagregación del consumo turístico y una estimación más precisa de los efectos directos, indirectos e inducidos. La metodología incorpora explícitamente la heterogeneidad turística y los patrones de gasto diferenciados, que son elementos clave para el diseño de políticas públicas y para la sostenibilidad de la propia actividad turística. La aplicación empírica al caso de Galicia, y en particular al Camino de Santiago, muestra que diferentes perfiles de visitantes generan impactos económicos diferenciados, destacando el impacto relativamente alto por unidad de ingresos generados por los peregrinos.

Palabras clave: Input-Output; turismo; tablas de origen y destino; efectos inducidos.

Fecha de recepción: 27 de marzo de 2025.

Fecha de aceptación: 20 de diciembre de 2025.

* Instituto de Estudios y Desarrollo de Galicia (IDEGA) y Departamento de Fundamentos del Análisis Económico. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Santiago de Compostela. Avenida do Burgo s/n. 15782 Santiago de Compostela. A CORUÑA (España). E-mail: melchor.fernandez@usc.es, xesus.pereira@usc.es, uvenny.quirama@rai.usc.es.

** El profesor Xesús Pereira hace parte del departamento de Economía Cuantitativa.

Beyond Total Expenditure: The Relevance of the Tourism Consumption Vector in Estimating Economic Impact

ABSTRACT

This article proposes an alternative methodology for estimating the economic impact of tourism based on an input–output model developed from the Supply and Use Tables. This approach allows for a higher degree of disaggregation of tourism consumption and a more accurate estimation of direct, indirect, and induced effects. The methodology explicitly incorporates tourist heterogeneity and differentiated spending patterns, which are key elements for the design of public policies and for the sustainability of tourism activity itself. The empirical application to the case of Galicia, and particularly to the Camino de Santiago, shows that different visitor profiles generate differentiated economic impacts, highlighting the relatively high impact per unit of income generated by pilgrims.

Keywords: Input-Output; tourism, supply-use tables; induced effects.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo no solo ha generado empleo a un ritmo superior a la media dentro de la economía de la Unión Europea (UE), sino que también ha creado más oportunidades laborales para jóvenes, mujeres y trabajadores no cualificados (Comisión Europea, 2010; Ladkin, 2011; Turner, 2013). Estas características convierten al turismo en una actividad clave para promover un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo, objetivos establecidos en la estrategia Europa 2020 y reforzados una vez más en el marco de la Agenda 2030. Un importante cuerpo de literatura académica ha examinado el impacto económico del turismo tanto a nivel nacional como regional (Archer y Fletcher, 1996; do Val Simardi Beraldo Souza *et al.*, 2021; Dwyer *et al.*, 2004; Frechtling, 2013.; Sadler y Archer, 1975; Scarlett, 2021; Sinclair, 1998; Tourism Organization, 2024; Turner, 2013, Figini *et al.* 2025).¹ En la mayoría de estos estudios, los impactos del turismo se analizan de manera agregada, utilizando diferentes modelos de impacto económico, predominantemente basados en técnicas Input-Output. La adopción generalizada de este enfoque explica en gran medida por qué las administraciones públicas responsables de la promoción y gestión turística tradicionalmente han priorizado el aumento del número de visitantes como medio para maximizar el impacto económico de la actividad turística mediante una mayor demanda agregada. Sin embargo, la literatura sobre el impacto económico del turismo ha evolucionado desde enfoques agregados, centrados en el volumen total de gasto turístico, hacia aproximaciones más desagregadas que analizan la estructura y composición del consumo turístico (Benur y Bramwell 2015; Figine *et al.* 2025 o Guaita *et al.* 2023). Este cambio refleja, por un lado, el creciente reconocimiento de que no todos los patrones de gasto generan los mismos efectos económicos, incluso cuando el gasto total es idéntico, y, por otro, una creciente preocupación por la sostenibilidad del turismo, que a menudo

¹ Una interesante revisión bibliográfica puede consultarse en Liu *et al.* (2022).

entra en conflicto con el crecimiento continuo del número de visitantes. Si la composición del gasto turístico es más decisiva que su volumen agregado, el turismo puede mantener su capacidad de generación de ingresos sin requerir un aumento constante en los flujos de visitantes, evitando así las limitaciones asociadas al *overtourism*.

La presente investigación tiene como propósito principal aportar evidencia empírica que subraye la importancia de identificar y analizar los patrones de gasto de los distintos segmentos de turistas potenciales como elemento clave para una evaluación rigurosa y precisa de su impacto sobre la economía local, regional o nacional. La heterogeneidad en los comportamientos de los diferentes turistas puede generar efectos económicos diferenciados, cuya correcta estimación resulta fundamental para el diseño de políticas públicas, la planificación territorial y la gestión eficiente de los recursos vinculados al turismo.

Para abordar estas cuestiones, esta investigación propone un marco metodológico alternativo basado en el análisis input-output que capta sistemáticamente las interrelaciones sectoriales dentro de la economía regional, incorporando un mayor nivel de desagregación en las categorías de consumo turístico. Esta desagregación constituye una contribución relevante en comparación con enfoques más tradicionales, ya que permite una representación más detallada de los flujos de gasto y, en consecuencia, una estimación más precisa de los efectos directos, indirectos e inducidos asociados a la actividad turística.

Para ilustrar el potencial analítico de esta aproximación metodológica, la propuesta se aplica al caso de Galicia, una región en la que el turismo desempeña un papel cada día más significativo. En particular, la existencia del Camino de Santiago ofrece un contexto especialmente adecuado para el análisis propuesto, al permitir la identificación de un perfil de consumo turístico claramente diferenciado respecto a otros tipos de visitantes. Esta singularidad posibilita contrastar empíricamente la utilidad del enfoque planteado y pone de manifiesto cómo la consideración de patrones de gasto específicos contribuye a una evaluación más precisa del impacto económico del turismo a escala regional.

En muchas dimensiones (empleo, actividad productiva, mantenimiento de servicios e infraestructuras básicas) los impactos del Camino de Santiago a escala local son evidentes. El turismo peregrino, posee una relevancia económica en el territorio muy infravalorada en la literatura académica (Santos 1999 y 2006, Precedo et al, 2007, Maak 2009; Andrade 2011; Martín-Duque 2017 o Moscarelli 2021) en gran medida por su característico perfil de consumo ligado a la obtención de servicios de alimentación y alojamiento de “bajo coste”, muy alejados de la tipología de gasto del turista tradicional. Galicia ha recibido en los últimos años más de 500.000 peregrinos que tienen una estancia media en la región de entre 5-6 días, lo que supone más de 3 millones de pernотaciones, la gran mayoría por no residentes (los peregrinos de origen gallego son solo el 2,45% del total). Las pernотaciones en hoteles en Galicia en 2024 fueron algo más de 9 millones, lo que permite una primera valoración numérica de la presencia de peregrinos en Galicia, meta final de los caminos de Santiago. La relevancia de los peregrinos para la economía gallega se confirma en varios trabajos recientes tanto a escala local como global (Fernández y Riveiro, 2018; Bande et al, 2018; Fernández, et al, 2021).

Utilizar modelos input-output que se elaboren en base a las matrices de Origen y Destino, abandonando la necesidad de contar con una matriz simétrica, que puede no adaptarse de forma correcta al problema que quiere analizarse, es una apreciable ventaja en el caso del análisis del impacto del turismo. A diferencia de otros sectores económicos tradicionalmente definidos por el lado de la oferta -como la agricultura, la pesca, la industria manufacturera o la construcción-, el turismo se caracteriza por ser un sector definido fundamentalmente por la demanda. Esta singularidad radica en que el turismo no constituye una rama productiva homogénea, sino un conjunto de actividades económicas diversas que adquieren su carácter turístico en función de quién consume.² Desde esta perspectiva, no contar con la mayor desagregación posible de la demanda turística, puede resultar insuficiente e incluso engañoso. La utilización de tablas simétricas para la elaboración de modelos de impacto turístico reduce la posibilidad de contar con información más desagregada, la cual generalmente está disponible en el marco input-output con mayor periodicidad y menor retardo.³ Las tablas de Origen y Destino generalmente son rectangulares e incluyen más filas que columnas. Las filas hacen referencia a los productos y/o servicios generados por las industrias, y las columnas a los sectores que elaboran los productos y/o servicios. Poder estimar el impacto de la actividad turística utilizando la mayor desagregación del modelo input-output producto por producto facilita la correcta identificación de los componentes de la demanda turística y por tanto mayor precisión en las estimaciones de impacto.

En este artículo se cuantifican los efectos directos e indirectos de diferentes tipologías de turistas (residentes⁴, no residentes y peregrinos) en el marco de la economía gallega utilizando un modelo de impacto producto por producto (utilizando la tecnología de industria) basado en las tablas de Origen y Destino del marco input-output de Galicia (*Instituto Galego de Estatística*). Para completar el análisis, se cuantifican también los efectos inducidos⁵ de la actividad turística, inspirados en el modelo de Miyazawa (Miller y Blair, 2022). La estimación del impacto inducido en el modelo input-output tiende a sobreestimar el impacto de la actividad turística, ya que asume que todo el ingreso adicional se gasta localmente, ignorando el ahorro, los impuestos o las fugas hacia otras

2 Recientemente la UE definió el ecosistema industrial turístico usando datos disponibles del 'lado de la oferta', abstrayendo así de la complejidad de recoger más datos sobre la demanda. Sin embargo, esta aproximación no puede sustituir a las aproximaciones de demanda ya que como reconoce el propio documento de la UE "el ecosistema turístico no diferencia entre las actividades de los visitantes y de los residentes" (Comisión Europea, 2023).

3 Por ejemplo, para la Economía Española contamos con tablas de Origen y Destino anuales desde 2016 a 2023, mientras que la última tabla simétrica tiene como referencia el año 2021. Mientras que las tablas de Origen y Destino cuentan con 110 productos y 81 ramas, la tabla simétrica cuenta con 65 ramas homogéneas.

4 Contrariamente a lo que podría suponerse el gasto originado por los turistas domésticos es en muchos casos mayor que el generado por los extranjeros. Según las Cuentas Satélite del Turismo (Eurostat 2023), este es el caso de países como Alemania, Bélgica, Francia, Países Bajos, Suecia, Noruega o Suiza. Ello indica que son muchos los turistas que prefieren no salir del país o de la región en la que residen y gastan en actividades turísticas dentro del mismo, por lo que un análisis solo del turismo internacional puede ser poco significativo si queremos aproximar la relevancia de esta actividad en la economía objeto de análisis.

5 Gran parte de la literatura previa ha pasado por alto este tipo de impacto (Figini y Patuelli, 2022; Eurostat, 2009; Smeral, 2005, 2006) por diferentes motivos. Sin embargo, su inclusión permite una estimación más completa del impacto económico total del turismo, y proporciona una metodología fácil de aplicar para reconocer los efectos en cadena más amplios del turismo dentro de la economía.

regiones. Pero no considerarlo limita el impacto de una actividad, la turística, que se caracteriza en sus ramas de actividad principales por la intensa capacidad de generar rentas salariales en grupos menos favorecidos que son más proclives a consumir esos ingresos adicionales en el ámbito local. Aunque los efectos inducidos están presentes en todas las actividades económicas, su estimación es especialmente relevante en el turismo debido a la alta intensidad de empleo del sector y a sus fuertes vínculos con el consumo local. No obstante, su medición sigue sujeta a importantes limitaciones metodológicas. En este estudio, la estimación de los efectos inducidos pretende demostrar que estos impactos también pueden variar sustancialmente dependiendo de la composición del consumo turístico, ya que no todas las actividades generan ingresos de la misma manera. Para evaluar la solidez del marco propuesto, se presentan resultados para tres años diferentes: 2016, 2019 y 2021.

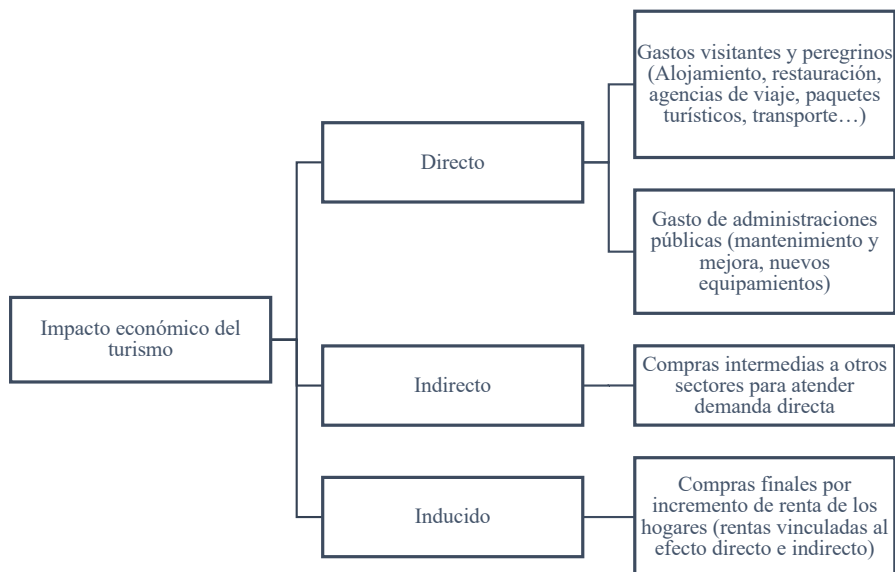
En línea con los objetivos de la investigación, el artículo presenta primero la definición económica de la actividad turística y su relevancia global. A continuación, describe los diferentes tipos de efectos económicos a través de los cuales el turismo influye en la economía anfitriona. Posteriormente se introduce el modelo de Miyazawa para explicar el cálculo de los efectos inducidos, seguido de una presentación del modelo de estimación propuesto basado en el uso directo de las Tablas de Origen y Destino. A continuación, se discuten los resultados empíricos para la economía gallega, distinguiendo entre grupos de visitantes, confirmando así la importancia de considerar los diferentes componentes de la demanda turística al estimar su impacto económico. Una segunda contribución clave de este estudio es la identificación del peregrino como perfil de visitante que, aunque inicialmente se consideró de menor relevancia, presenta el mayor impacto económico total por unidad de gasto en dos de los periodos analizados. Finalmente, se resumen las principales conclusiones, subrayando la importancia de medir de forma exhaustiva todos los impactos relacionados con el turismo para implementar acciones de política económica efectivas.

2. LOS EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

El turismo se define desde la óptica de la demanda como “lo que consumen los turistas y visitantes” (Brida *et al.*, 2008; do Val Simardi Beraldo Souza *et al.*, 2021; Ghali, 1976; Paci y Marrocu, 2014; Tourism Organization, 2024). Por lo que existe cierta complejidad desde el punto de vista de la medición, ya que se presentan múltiples actividades productivas relacionadas entre sí de manera directa e indirecta. Desde un enfoque estadístico a nivel internacional, el turismo no se identifica con los sectores de clasificación de actividades que sirven para la construcción de estadísticas económicas. El visitante (incluido el peregrino) transforma las actividades en turísticas o no. Por lo que, para calcular los efectos del turismo se debe tener en cuenta el comportamiento de consumo de los visitantes y no la naturaleza del producto que se consume.

La metodología comúnmente empleada en los estudios de impacto económico distingue tres tipos de impactos: directos, indirectos e inducidos (Faturay *et al.*, 2020; Kang *et al.*, 2021; Nunes, 2022; Teng, 2021; Teng y Chen, 2020) como muestra el esquema básico representado en la Figura 1.

Figura 1
ESQUEMA BÁSICO DEL CÁLCULO DEL IMPACTO ECONÓMICO



Fuente: Elaboración propia adaptado de (Carrascal Incera y Fernández, 2015).

- Los efectos directos son aquellos generados de manera inmediata por la actividad turística, ya sea a través de la demanda de los turistas visitantes o de las inversiones realizadas en el destino para la provisión de bienes y servicios destinados a dichos visitantes.
- Los efectos indirectos corresponden a los impactos generados en otros sectores económicos como resultado de la demanda intermedia de los sectores que atienden directamente a los turistas. Estos efectos se producen a través de las compras que realizan los sectores directos a aquellos que suministran los bienes y servicios necesarios para satisfacer la demanda turística, en la proporción atribuible al consumo de los visitantes.
- Los efectos inducidos se derivan del aumento del consumo de la población residente, como consecuencia de los ingresos generados en la economía local por la producción de bienes y servicios relacionados directa e indirectamente con la atención de la demanda turística.

Por lo general, la importancia del turismo en el desarrollo local se justifica mediante el multiplicador de ingresos. En este sentido, el gasto realizado por los turistas es un ingreso que se presenta fuera del destino de compra usual de bienes y servicios locales. A partir de aquí, se crea un segundo impulso, aumentando la demanda de bienes intermedios necesarios para satisfacer el consumo de visitantes y de quienes reciben ingresos directos de la actividad turística inicial. El proceso continúa con las compras indirectas entre sectores y las correspondientes rentas que se transforman en nuevos consumos,

agotándose paulatinamente y evidenciándose como los efectos inducidos. Lo descrito es el esquema de funcionamiento del multiplicador de ingresos turísticos utilizado para calcular los posibles efectos sobre la actividad económica del consumo local de los turistas. Miller y Blair (2022) mencionan el modelo de Miyazawa como la opción para la identificación de los efectos inducidos. En este sentido, un incremento en el gasto agregado de la economía conlleva a efectos inducidos, ocasionados por la relación entre el ingreso y el consumo nuevamente de bienes y servicios, generando igualmente una interdependencia entre los diferentes sectores de la economía (Cavalcanti, 2001; Kagawa, 2005; Miyazawa y Masegi, 1963).

Los efectos inducidos de una economía se obtienen habitualmente a partir de las tablas simétricas. En este contexto contable, la pérdida de información se convierte en un obstáculo. Al agregar productos (o industrias) con el objetivo de lograr la simetría de la tabla construyendo una economía ficticia donde cada rama produce un solo bien o servicio homogéneo, se elimina la posibilidad de visualizar aspectos relevantes, en este caso, de la actividad turística. Contrario a esto, las tablas de Origen y Destino rectangulares permiten reflejar la totalidad de bienes y servicios ofrecidos, y demandados.

En relación con los diferentes tipos de visitantes, en todas las economías se diferencia el turista residente del turista no residente (en el contexto nacional estaríamos pensando en el turismo internacional, en el caso de una región, en los turistas internacionales más los residentes en otras regiones del mismo país). En Galicia se puede distinguir un tercer tipo de visitante, específico de la realidad gallega y que ha ido ganando relevancia numéricamente en los últimos años, y que además podemos diferenciar claramente del resto de visitantes, tanto por su motivación como por su comportamiento (especialmente por la composición de su consumo), el peregrino⁶. De hecho, Galicia es un territorio reconocido a nivel mundial, por el Camino de Santiago, un peregrinaje con múltiples rutas que concluye en la catedral de Santiago de Compostela. Los peregrinos pueden ser residentes o no residentes pero la relevancia numérica del peregrino residente en Galicia es casi inapreciable (en 2024, según las estadísticas de la *Oficina de Acogida al Peregrino*, son menos del 2,5% del total de peregrinos).

En el Camino de Santiago, el consumo de bienes y servicios presenta una diferencia en relación con turistas residentes y no residentes. Debido a que el peregrinaje se realiza mayoritariamente a pie, difícilmente puede demandar bienes y servicios característicos de la actividad turística como el alquiler de coches, compras de pequeñas manufacturas o servicios culturales o deportivos y enfoca básicamente su presupuesto al consumo de alimentos y hospedaje. Este aspecto diferenciador, muy marcado en el caso de los peregrinos, permite analizar la existencia de diferencias en relación con el impacto económico esperado.

6 La heterogeneidad de los perfiles de consumo entre los visitantes de un país o región constituye un rasgo estructural del sistema turístico, derivado de la diversidad de motivaciones, procedencias geográficas, niveles educativos y capacidades de gasto del turista contemporáneo. En este marco, el análisis planteado en el presente trabajo se concibe desde una perspectiva generalizable, orientada a la identificación de patrones de consumo diferenciado que pueden económicos comunes en el comportamiento del consumo turístico.

Figura 2
CLASIFICACIÓN DE VISITANTES EN GALICIA



Fuente: Elaboración propia.

3. METODOLOGÍA

Las tablas de Origen y Destino son matrices que describen los valores de las operaciones de bienes y servicios referidas a la economía nacional, pero desglosadas por tipo de producto y rama de actividad. Dichas tablas muestran la estructura de los costes de producción y de la renta primaria generada en el proceso productivo; los flujos de bienes y servicios producidos dentro de la economía nacional y los flujos de bienes y servicios intercambiados entre la economía nacional y el resto del mundo. De forma sintética la Tabla 1 muestra de forma conjunta las tablas de Origen y Destino proporcionando una visión de conjunto. En este trabajo se propone adaptar el modelo de Miyazawa utilizando este marco contable simplificado donde debe cumplirse tres identidades contables: (1) para cada sector la producción es igual al consumo intermedio más el valor añadido; (2) para cada producto, el origen total debe ser igual al destino total y (3) para el total de la economía, la demanda intermedia total es igual al consumo intermedio total.

Para m productos y n industrias (ramas), las matrices U^d y U^m representan la matriz de Destino; es decir, el consumo para la producción intermedia de bienes domésticos (d) e importados (m); ambas matrices poseen una dimensión $m \times n$. Las matrices F^d y F^m corresponden a la producción doméstica e importada respectivamente para el consumo de la demanda final. Estas matrices poseen una dimensión de $m \times z$, siendo z la representación del número de componentes de demanda final. La matriz W corresponde al Valor Añadido Bruto (VAB), con dimensiones de $n \times p$, con p como el número de componentes del Valor Añadido. V , denota la matriz de Origen, en la que cada industria provee para cada producto; las dimensiones son $n \times m$, por lo que en este caso se trabajará con la transpuesta de esta matriz (V^T) para lograr desarrollar un modelo producto por producto. La matriz M , corresponde a los flujos importados de productos, donde su dimensión es

de $m \times g$, donde g , denota el número de orígenes de la importación. Para los vectores se presenta la siguiente definición, q y m , son el total de oferta de productos (tanto domésticos como importados); mientras que los vectores, x y w representan la suma de cada componente de demanda final y Valor Añadido de las matrices, respectivamente. Por último, o contiene el total de las importaciones por origen.

Tabla 1
MARCO SIMPLIFICADO DE ORIGEN Y DESTINO

	Productos	Industria	Demanda Final	Σ
Productos		U^d	F^d	q
Productos		U^m	F^m	m
Valor Añadido		W		w
Industria	V			x
Importaciones	M			o
Σ	$q^T + m^T$	x^T	f^T	

Fuente: Elaboración propia adaptado de (Pereira López *et al.*, 2023).

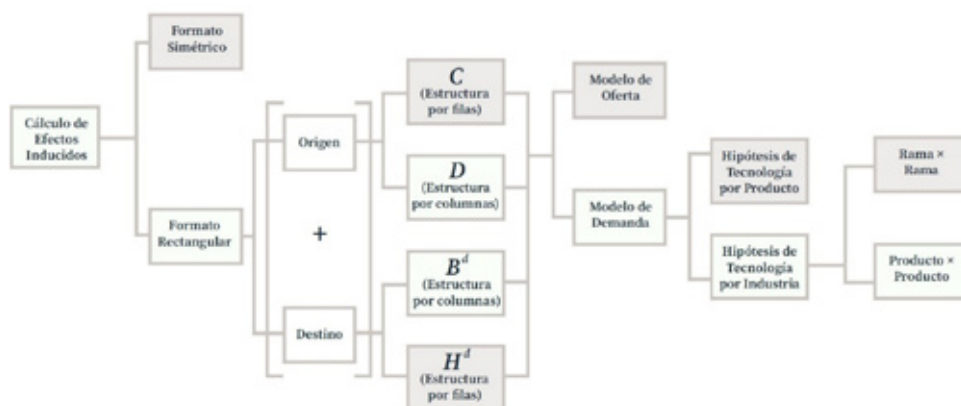
Para el cálculo de los multiplicadores, y posterior estimación de los efectos inducidos, se pueden desarrollar dos tipos de relaciones entre productos y ramas de actividad. En un caso se utiliza la estructura de filas de la matriz de producción y en el otro caso la estructura de columnas. Si optamos por el modelo basado en el supuesto de tecnología de producto, suponemos que cada producto se elabora con una tecnología característica, independientemente del sector económico que lo produzca. En este caso se considera la estabilidad de la matriz de coeficientes de especialización C ; es decir, se mantiene estable la estructura de filas de la matriz de producción V . Estos modelos presentan problemas en los valores de los multiplicadores dado que fácilmente pueden surgir cifras negativas (ten Raa y Rueda-Cantuche, 2013). Por otro lado, se puede optar por modelos basados en un supuesto de tecnología de sector de actividad, donde cada producto se fabrica de acuerdo con la tecnología del sector, y la producción de productos secundarios no difiere de la de los productos principales. Consideramos la estabilidad de los coeficientes de mercado, D . Es decir, la estructura de las columnas de V se mantiene sin cambios.

El modelo de demanda propuesto es el de flujos domésticos con hipótesis de tecnología de industria para evitar cifras negativas y la posible distorsión en determinados multiplicadores. Aunque de inicio se cuantificarán los efectos indirectos a partir de los

multiplicadores obtenidos de las tablas rectangulares, la propuesta incluye también como un aporte principal la identificación de los efectos inducidos.

La Figura 3 muestra las diferentes posibilidades existentes para estimar el impacto del turismo incluyendo los impactos inducidos a través de tablas simétricas (IO) o rectangulares (de origen y destino). En el contexto simétrico (Miller y Blair, 2022) desarrollaron la búsqueda de los efectos inducidos, añadiendo filas y columnas a la matriz base y, en consecuencia, generaron multiplicaciones matriciales para cuantificar la redistribución del VAB. En esta investigación, se hace una transformación del mencionado enfoque metodológico a partir de las tablas de Origen y Destino.

Figura 3
CÁLCULO DE LOS EFECTOS INDUCIDOS A PARTIR DEL MARCO INPUT-OUTPUT



Fuente: Elaboración propia.

Como los efectos inducidos corresponden al consumo doméstico a causa de los salarios adquiridos en los sectores económicos que se ven afectados de manera directa e indirecta, sobre la tabla de origen se ha utilizado la estructura de la matriz D . Para la tabla de destino, se representa B como la matriz de coeficientes técnicos (columna), no homogéneos.

Por lo tanto, el modelo propuesto parte de la matriz de coeficientes de mercado que se obtiene según el siguiente producto matricial:

$$D = \hat{q}^{-1}V^T$$

Para más detalle, se tiene que

$$V^T = \begin{bmatrix} v_{11} & \dots & v_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ v_{m1} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix}; \hat{q}^{-1} = \begin{bmatrix} 1/q_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & 1/q_m \end{bmatrix}$$

Por lo que la transpuesta de D será

$$D^T = (\hat{q}^{-1}V^T)^T = (V^T)^T \hat{q}^{-1} = V \hat{q}^{-1}$$

Por otro lado, la matriz de coeficientes interiores se obtiene

$$B^d = U^d \hat{x}^{-1}$$

La multiplicación matricial permite calcular la matriz de coeficientes

$$A_I^d = B^d D^T$$

que asegura $(I - A_I^d)^{-1} \geq 0$. Por lo que los multiplicadores son no negativos.

Para estimar los efectos inducidos, se efectúa una extensión de la matriz A_I^d añadiendo una columna y una fila. La extensión por el lado de la columna viene dada por $\gamma_i = \frac{c_i}{C}$, que representa la participación del consumo de los hogares del producto, respecto al total de los productos consumidos. En donde, c_i es el gasto del consumo de los hogares por producto y C es el total del consumo de los hogares. En el modelo de Miyazawa se contempla en el denominador el total de los ingresos; sin embargo, esta variable suma, a su vez, los ingresos de los no residentes, que no corresponde con el consumo interior.

La extensión por el lado de la fila es más laboriosa. En este sentido, si $q = Cx$ entonces $q^T = x^T C^T$.

De modo análogo, se tiene que $\tilde{w}^T = w^T C^T$. Dado que $C = V^T \hat{x}^{-1}$ se obtiene por transposición que

$$C^T = (V^T \hat{x}^{-1})^T = (V^T)^T \hat{x}^{-1} = \hat{x}^{-1} V$$

Por lo que, en términos de coeficientes

$$\omega = i^T \hat{w} \hat{q}^{-1}$$

Para más detalle

$$i^T = [1 \quad \dots \quad 1] ; \hat{w} = \begin{bmatrix} \hat{w}_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & \hat{w}_m \end{bmatrix} ; \hat{q}^{-1} = \begin{bmatrix} 1/q_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & 1/q_m \end{bmatrix}$$

Es relevante resaltar que w se refiere en la tabla de Destino al vector de VAB; pero en esta adaptación, esta variable corresponde a Sueldos y Salarios, permitiendo tener en consideración únicamente el valor que se puede llevar a consumo.

Ahora, representando la extensión de la matriz A_I^d

$$\bar{A}_I^d = \begin{bmatrix} A_I^d & \gamma \\ \omega & 0 \end{bmatrix}$$

Por lo que se logra la correspondiente inversa $(I - \bar{A}_I^d)^{-1}$.

En la cuantificación de los multiplicadores, se recurre a la suma de la sub-matriz dada por el número de productos; es decir, se excluye de este cálculo la última fila de la inversa.

4. DATOS

Para la aplicación de la metodología propuesta, la base contable es el marco Input-Output de Galicia para los años (2016, 2018 y 2021) elaborada por el Instituto Galego de

Estadística (IGE), donde se incluyen las tablas de Origen y Destino con el desglose de los flujos por origen. Como se apuntó anteriormente, se trata de explotar la mayor cantidad de información, en comparación con la que se posee en la correspondiente tabla Input-Output simétrica. De hecho, para el caso de Galicia en el formato simétrico las ramas de actividad/producto homogéneo alojamiento y restauración aparece como una sola rama de actividad, cuando en el formato de Origen y Destino está desagregada en dos.

Se han empleado tres vectores de consumo turístico, uno por tipo de visitante. El vector de consumo turístico no residente es una desagregación del Consumo de no Residentes del marco Input-Output facilitado directamente por el IGE. El vector de consumo turístico de residentes comprende una adaptación conforme al gasto turístico interno de las Cuentas Satélite de Turismo de España (2016, 2018 y 2021), dando la misma ponderación a bienes característicos y no característicos del turismo, para luego realizar un proceso de calibración a partir de las estructuras vectoriales de los residentes y de los visitantes no residentes fijando un menor peso al vector de residentes. Por último, para el vector de peregrinos que comprende tanto residentes como no residentes, la información se obtiene de una encuesta realizada a los propios peregrinos (Fernández y Riveiro, 2018) complementada con información de la ETR (Encuesta de Turismo de Residentes) realizada por el INE (Instituto Nacional de Estadística).

5. RESULTADOS

Los resultados se presentan tanto para productos característicos del turismo como a nivel global, atendiendo a las estructuras de vectores de consumo de residentes, no residentes y peregrinos. Las piezas clave para calcular los impactos económicos son las siguientes:

5.1. Productos característicos del turismo

El turismo involucra muchas actividades económicas que a su vez sirven a usuarios que no están fuera de su entorno habitual, y por lo tanto son consumidores residentes, pero que por supuesto pueden consumir diferentes actividades de ocio. Sin embargo, algunas de estas actividades dependen en gran medida del consumo turístico, por lo que podemos hablar de bienes y servicios característicos y no característicos. Inicialmente se presentan tres productos como característicos del turismo: Servicios de alojamiento, Servicios de Comidas y bebidas y Actividades de agencias de viajes, tour operadores, servicios de reservas y actividades relacionadas.

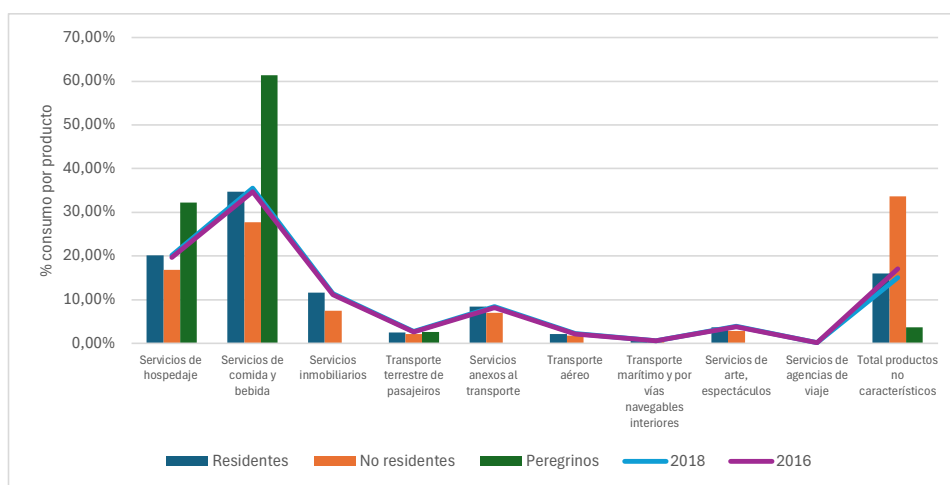
En la estimación de los impactos económicos adquieren especial relevancia las denominadas “fugas” del modelo, asociadas fundamentalmente a la dependencia de importaciones. En el ámbito de las economías locales, estas fugas corresponden a aquellos bienes y servicios consumidos por los visitantes que no son producidos en el territorio de referencia, como ocurre, por ejemplo, con determinadas bebidas o productos de marcas externas a la zona objeto de estudio. Cuanto mayor es la proporción de bienes importados necesarios para satisfacer la demanda turística, mayor será la fracción del gasto turístico que se canalice hacia otros territorios, reduciendo así el efecto multiplicador local. En el

caso de Galicia, el consumo intermedio de origen importado presenta una presencia significativa en los tres sectores característicos de la actividad turística, siendo particularmente elevada en el sector de agencias de viajes y actividades conexas.

5.1. La composición del consumo turístico

Es necesario desarrollar una adecuada distribución –por productos– de los gastos de los visitantes. Para ello, se debe realizar una clasificación oportuna de los gastos (desde el punto de vista del consumidor) de acuerdo con la desagregación que se utiliza en el marco Input-Output. Reconociendo que el impacto del turismo se determina desde la demanda, la presentación de los datos se realizó igualmente por producto. En la figura 4, se relacionan los principales productos según el perfil del visitante.

Figura 4
ESTRUCTURA DE CONSUMO DE BIENES CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO POR TIPO DE VISITANTE



Fuente: Elaboración propia con información obtenida del IGE, INE y Fernández y Riveiro (2018).

En los vectores de consumo se puede apreciar el porcentaje que representan los Servicios de alojamiento, Restauración y Transporte (como principales productos turísticos), igualmente se observan las diferencias entre perfiles y la importancia en aspectos como Transporte aéreo en el caso de los visitantes no residentes y Servicios inmobiliarios (segunda residencia y alquileres) para los residentes. Las tres barras de la Figura 4 representan el comportamiento del consumo por tipo de visitante en el último año estudiado (2021) para cada producto característico del turismo y el total de los no característicos extraídos de las tablas de Destino. Las líneas reflejan las variaciones en los demás años de análisis (2018 y 2016), permitiendo evidenciar una volatilidad mínima en las estructuras

de consumo en los años estudiados. Es importante resaltar que, como el ejercicio parte de un análisis de perfil de consumo, es posible la comparación de los periodos considerados.

Los visitantes peregrinos presentan una proporción significativamente mayor de gasto destinada a los servicios de hospedaje y restauración (alimentos y bebidas). Este resultado evidencia que, bajo la dinámica particular del turismo de peregrinación, una parte sustancial del ingreso del visitante se orienta principalmente a la satisfacción de necesidades básicas. En contraste, el consumo de otros tipos de bienes y servicios es reducido, especialmente en el caso del transporte. Esta situación se explica por la naturaleza misma del peregrinaje, cuyo objetivo central es recorrer largas distancias a pie hasta el destino final, Santiago de Compostela, lo que disminuye la relevancia del uso y consumo de servicios de transporte y otros servicios complementarios.

En segundo lugar, el turismo residente muestra un patrón de consumo más cercano al observado en los visitantes no residentes. Durante el periodo de estancia, los turistas residentes registran una mayor participación del gasto en bienes característicos del turismo. Por su parte, los visitantes no residentes no solo concentran su consumo en este tipo de bienes, sino que también destinan una proporción significativa a productos no característicos del turismo, los cuales representan el 33,65 % del consumo total.

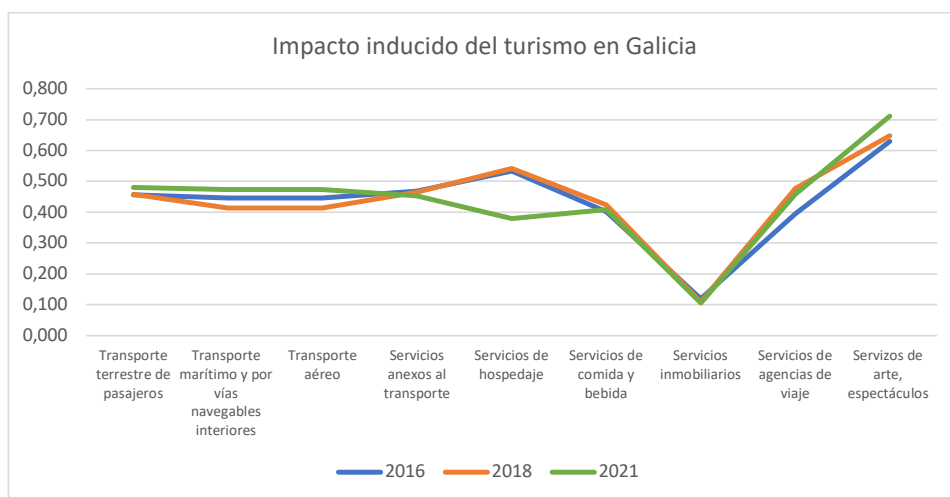
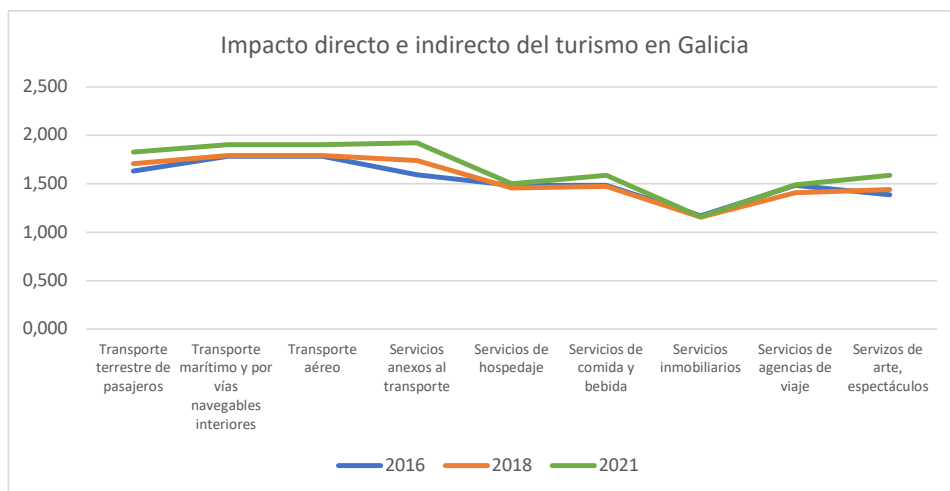
Respecto a los bienes característicos del turismo, si bien no se observan variaciones significativas entre los años analizados, se identifica un incremento sostenido en el consumo de servicios de alojamiento y restauración tanto por parte de residentes como de los no residentes. En el caso del transporte, se evidencia una ligera tendencia decreciente, mientras que el gasto en actividades culturales, artísticas y espectáculos adquiere una relevancia creciente dentro de la estructura del consumo turístico.

5.2. Multiplicadores asociados

A diferencia de los estudios de contribución económica que miden el tamaño de la actividad turística como el porcentaje que representa la misma sobre el total, el impacto económico se refiere a los efectos sobre el total de producción de los cambios en la demanda final. De esta forma, en el análisis Input-Output, el impacto económico se mide a través de multiplicadores, que muestran el efecto de una unidad monetaria adicional en la demanda final de un producto sobre el total de la economía. Por tanto, lo deseable sería construir modelos de demanda a partir de las tablas de Origen y Destino, ya que de esta forma podríamos analizar la demanda de productos con una mayor desagregación. Por otro lado, se entiende que es más adecuado trabajar con modelos de flujos domésticos ya que el impacto relevante para el territorio que recibe a estos visitantes es el que se produce sobre su propia economía.

A continuación, se presentan los cálculos de los efectos indirectos e inducidos, a partir de los valores de las columnas de las matrices de coeficientes (doméstico o total) y las correspondientes inversas de Leontief para los productos elegidos. Las sumas de las columnas de la inversa son una buena aproximación del efecto multiplicador, ya que dentro del cálculo global estará condicionada la demanda de los productos más representativos del turismo. Para Galicia se presentan los siguientes multiplicadores según los años de estudio a partir del modelo Origen y Destino propuesto.

Figura 5
EFECTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DEL TURISMO EN GALICIA



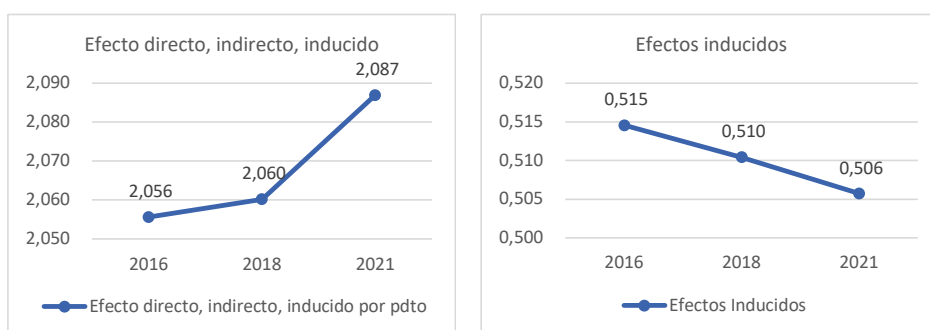
Fuente: Elaboración propia.

En la primera parte de la Figura 5 se presentan los efectos directos e indirectos del consumo turístico. El transporte en todas sus dimensiones presenta la mayor participación de los efectos directos e indirectos, seguido de los servicios de restauración, alojamiento y por último servicios de arte y espectáculos, agencias de viaje y servicios inmobiliarios. Ahora bien, como se mencionó anteriormente, es relevante también analizar el impacto inducido por el consumo turístico. En la segunda parte de la Figura 5 se incluyen los efectos inducidos confirmándose que aquellas actividades con mayor peso del factor trabajo cuentan con un

mayor impacto (influencia del impacto directo sobre la renta de las actividades características). Los servicios de arte y espectáculo, seguido de los servicios de hospedaje muestran, por tanto, los mayores impactos inducidos. Sin embargo, en este último (los servicios de hospedaje), para el año 2021 se observa una significativa caída en el impacto inducido, posiblemente vinculada a la fuerte caída en la participación del factor trabajo en el valor añadido de esta actividad económica. Cada vez son más los servicios de alojamiento que buscan automatizar algunos procesos y disminuir la mano de obra que antes era permanente para la atención al huésped 24/7. La dinámica de distanciamiento y la forma de estructurar las condiciones de trabajo en este campo, luego del COVID 19, hizo que los efectos inducidos ocasionados por el consumo interno de los empleados del sector, fuera claramente inferior.

En resumen, en la Figura 6 se puede observar que el impacto global de la actividad turística en el siguiente modelo donde se representan los efectos directos, indirectos e inducidos para los años de estudio.

Figura 6
EFFECTO DIRECTO, INDIRECTO E INDUCIDO DE GALICIA A PARTIR DE LAS TABLAS DE ORIGEN Y DESTINO



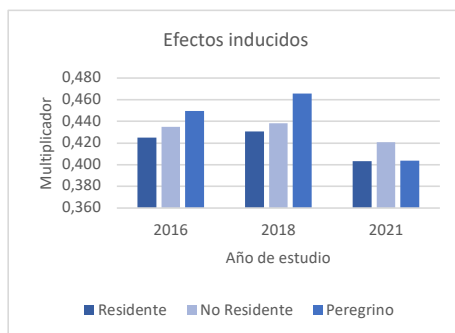
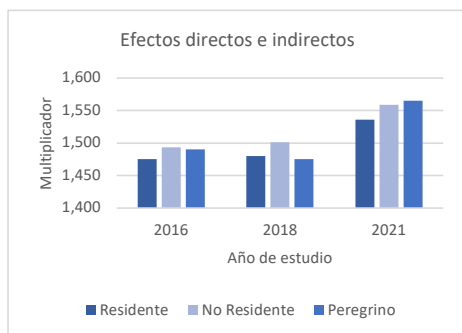
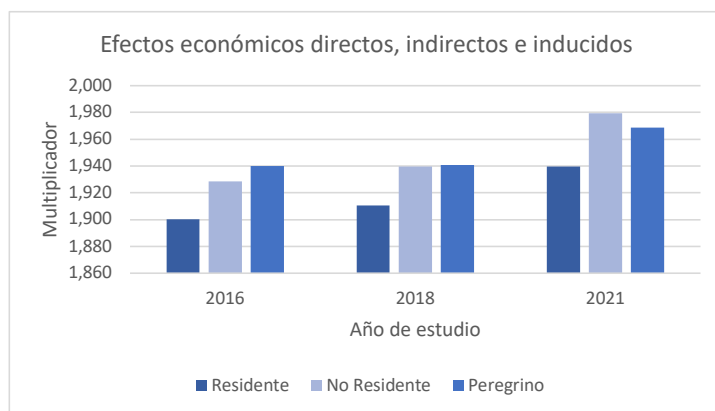
Fuente: Elaboración propia

Sobre el total de los 108 productos que corresponden a las tablas Origen y Destino de los años 2016, 2018 y 2021, se evidencia igualmente un incremento de los efectos directos e indirectos ocasionados por un aumento en el consumo por parte de los diferentes tipos de visitantes que demandan bienes característicos y bienes no característicos del turismo en mayor o menor medida, dependiendo del turismo analizado. Lo relevante en este punto, es que, aunque se genera un incremento en los dos primeros impactos por año, el efecto inducido, por el contrario, presenta una pendiente negativa, indicando un menor efecto en el consumo de las personas que trabajan en actividades relacionadas directa e indirecta con el turismo. Este resultado está vinculado a la reducción de la participación de los salarios en el PIB, que ha sido especialmente pronunciada en los sectores más estrechamente asociados al turismo. La pérdida de peso del factor trabajo en la renta nacional no es un

hecho exclusivo de la economía gallega, sino que es común en gran parte de las economías europeas más desarrolladas.

La Figura 7 muestra los multiplicadores del consumo turístico en función de la tipología de visitante (residente, no residente y peregrino). Las estimaciones confirman que el multiplicador total del consumo de los peregrinos fue el más alto en 2016 y 2018, mientras que en 2021 fue ligeramente superado por el de los turistas no residentes. Este resultado se explica por la disminución de los efectos inducidos.

Figura 7
IMPACTO ECONÓMICO TOTAL DEL TURISMO EN GALICIA POR TIPO DE VISITANTE



Fuente: Elaboración propia.

Recordemos que, dado su perfil de consumo, el impacto de los peregrinos se concentra principalmente en el alojamiento y los servicios de restauración, actividades tradicionalmente caracterizadas por una alta participación laboral. Por tanto, los cambios en los procesos productivos dentro de estos sectores pueden estar afectando significativamente

la capacidad generadora de ingresos asociada al turismo peregrino con mayor intensidad que al resto de perfiles de consumo turístico. La publicación de futuras Tablas de Origen y Destino permitirá contrastar esta hipótesis.

6. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Una correcta estimación del impacto económico del turismo requiere identificar y analizar los patrones de gasto de los distintos segmentos de turistas potenciales e incluirlos en un modelo que permita la mayor desagregación posible del consumo turístico. Este trabajo propone un marco metodológico innovador basado en el análisis input-output, que permite tener en cuenta de manera sistemática las interrelaciones sectoriales de la economía regional, a partir de las Tablas rectangulares de Origen y Destino. La heterogeneidad en los comportamientos de los diferentes turistas puede generar efectos económicos diferenciados, cuya correcta estimación resulta fundamental para el diseño de políticas públicas, la planificación territorial y la gestión eficiente de los recursos vinculados al turismo. El modelo propuesto constituye una aportación relevante respecto a enfoques más tradicionales, ya que facilita una representación más detallada de los flujos de gasto y, por ende, una estimación más precisa de los efectos directos, indirectos e inducidos asociados a la actividad turística.

Para ilustrar el potencial analítico de esta aproximación metodológica, la propuesta se aplica al caso de Galicia, donde el turismo desempeña un papel cada día más significativo. En particular, la existencia del Camino de Santiago ofrece un contexto especialmente adecuado para el análisis, al permitir la identificación de un perfil de consumo turístico claramente diferenciado respecto a otros tipos de visitantes. Esta singularidad posibilita contrastar empíricamente la utilidad del enfoque propuesto y pone de manifiesto cómo la consideración de patrones de gasto específicos contribuye a una evaluación más precisa del impacto económico del turismo a escala regional.

Utilizar modelos input-output que se elaboren en base a las matrices de Origen y Destino, abandonando la necesidad de contar con una matriz simétrica (que incluso en muchos casos no diferencia entre la rama de alojamiento y la rama de restauración), es una apreciable ventaja en el caso del análisis del impacto del turismo. La metodología propuesta permite cuantificar los impactos del turismo evitando agregaciones de productos característicos, lo que en realidad no es más que aprovechar toda la información disponible.

Una segunda aportación metodológica es incluir el impacto inducido en la estimación del efecto de la actividad turística, evitando los sesgos que la agregación existente en las tablas simétricas podría provocar. Para ello se ha extendido la matriz de flujos incorporando los sueldos y salarios por fila (ingresos) y el consumo de los hogares por columna. Estos resultados tienen un destacable elemento innovador. Con el objetivo de evitar la sobrestimación de los efectos inducidos, por un lado, se depuran los demás factores de VAB, que no se materializan como consumo (solo utilizamos las rentas vinculadas a los salarios); mientras que, por el lado de la demanda de los hogares, solo se tiene en cuenta para el cálculo del impacto inducido el perfil de consumo interior (recordemos que en el total de demanda final de los hogares en las tablas del marco input-output se incluye la demanda de los hogares no residentes).

La aplicación del modelo de evaluación de impacto propuesto a la economía gallega permite también alcanzar importantes conclusiones. En primer lugar, se confirma la relevancia de considerar las diferencias existentes en el patrón de consumo de los diferentes tipos de turistas. Los multiplicadores estimados son diferentes y permitirían políticas de crecimiento de las rentas y el empleo en una economía sin aumentar el volumen de turistas, una posibilidad que puede incidir claramente en el objetivo de sostenibilidad de la propia actividad turística. En el caso de Galicia, el perfil de consumo del peregrino lo sitúa entre los visitantes con mayor impacto por unidad de renta, un hecho que el análisis del impacto directo (gasto medio diario reducido) no reconoce. En segundo lugar, es muy relevante la desagregación por productos y el análisis de la evolución de sus tecnologías de producción. El impacto de los servicios de alojamiento y de restauración son significativamente diferentes y además su evolución difiere en el tiempo, algo que la publicación de nuevos marcos contables permitirá confirmar en los próximos años. En tercer lugar, la evolución de la distribución de la renta entre factores condiciona el impacto inducido de la actividad turística. La automatización de muchos procesos en la actividad de alojamiento y la irrupción de plataformas digitales tiene consecuencias relevantes tanto directa como indirectamente como podemos observar por los resultados obtenidos.

En relación con futuras investigaciones, dos son las principales líneas de investigación que esta propuesta abre. En primer lugar, su aplicación a economías especializadas en la actividad turística, donde la información de las tablas de Origen y Destino suele estar muy desagregada por producto turístico, pero que aparece con un elevado nivel de agregación en la tabla simétrica. Este análisis permitirá obtener información relevante en cuanto a las diferencias entre ramas de actividad y su vinculación con los patrones de consumo de las diferentes tipologías de visitantes aprovechando eficientemente toda la información estadística existente en el marco input-output. En segundo lugar, incluir extensiones de índole medioambiental lo que permitirá un análisis detallado de esta dimensión tan relevante para alcanzar el objetivo de sostenibilidad. La generación de renta es un objetivo deseable, pero la sostenibilidad es el objetivo prioritario.

Declaración responsable

Las/os autoras/es declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación con la publicación de este artículo. Las tareas se han distribuido del modo siguiente. El diseño general del artículo ha sido obra de Uvenny Quirama, Xesús Pereira López y Melchor Fernández Fernández, así como el apartado de Discusión de resultados. Las fuentes de información históricas y administrativas, y las representaciones cartográficas han recaído en todos los autores, así como responsabilidad de la aplicación metodológica, decisiones al respecto, redacción del texto y revisión tanto bibliográfica como legislativa.

7. BIBLIOGRAFÍA

Andrade Suárez, M. J., Leira Landeira, G., y Caramés Valo, R. (2010). El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago Francés. *Revista de Ocio y Turismo*, 3, 49-82. DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2010.3.1.1244>

- Archer, B., y Fletcher, J. (1996). The economic impact of tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 32–47. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00041-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00041-0).
- Benur AM, Bramwell B (2015) Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management* 50, 213–224
- Bande, R., Fernández, M. y D. Riveiro (2018) *¿Es sostenible el éxito del Camino de Santiago?* <https://aecr.org/es/la-riqueza-de-las-regiones/>.
- Brida, J. G., Sebastián Pereyra, J., Jesús, M., Devesa, S., y Aguirre, S. Z. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo*, 22(22), 35–46. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/47931>
- Carrascal Incera, A., y Fernández, M. F. (2015). Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy. *Tourism Management*, 48, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.016>
- Cavalcanti, J. E. A. (2001). Income Distributive Effects in the Brazilian Economy. *Economic Systems Research*, 13(3), 275–287. <https://doi.org/10.1080/09537320120070158>
- Comisión Europea (2010) *Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo*, Comunicación de la comisión al parlamento europeo 352.
- Comisión Europea (2023), titulada “*Hacia un espacio común europeo de datos turísticos: impulsar el intercambio de datos y la innovación en todo el ecosistema turístico*” Comunicación 2023/C 263/01
- do Val Simardi Beraldo Souza, T., Thapa, B., Rodrigues, C. G. de O., y Imori, D. (2021). Economic impacts of tourism in protected areas of Brazil. *Living on the Edge*, 31–45. <https://doi.org/10.4324/9781003145516-3>
- Dwyer, L., Forsyth, P., y Spurr, R. (2004). Evaluating tourism’s economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307–317. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00131-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00131-6)
- Eurostat (2023). *Tourism Satellite Accounts (TSAs) in Europe. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.*
- Faturay, F., Vunnavu, V. S. G., Lenzen, M., y Singh, S. (2020). Using a new USA multi-region input output (MRIO) model for assessing economic and energy impacts of wind energy expansion in USA. *Applied Energy*, 261, 114141. <https://doi.org/10.1016/J.APENERGY.2019.114141>.
- Fernández, M., y Riveiro, D. (2018). Estudio del impacto socioeconómico del Camino de Santiago. Santiago de Compostela: Turgalicia. <https://aei.turismo.gal/es/temas/camino-de-santiago>.
- Fernández, M., Fernández, D., y Riveiro, D. (2021). El impacto del Camino de Santiago a escala local: la percepción de los residentes de dos municipios gallegos. *Cuadernos de Turismo*, 47, 37-63. <https://doi.org/10.6018/turismo.474001>
- Figini, P., y Patuelli, R. (2022). Estimating the economic impact of tourism in the European union: Review and computation. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1409–1423. <https://doi.org/10.1177/00472875211028322>
- Figini, P., Patuelli, R., Curtale, R. y Batista e Silva (2025): Give me a number. Evaluating economic impacts of tourism, *Current Issues in Tourism*, DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2571866>

- Frechtling, D. C. (2013). *The Economic Impact of Tourism: Overview and Examples of Macroeconomic Analysis*. Madrid: World Tourism Organization.
- Ghali, M. A. (1976). Tourism and Economic Growth: An Empirical Study. *Economic Development and Cultural Change*, 24(3), 527–538. <https://doi.org/10.1086/450895>
- Guaita Martínez, JM.; Martín Martín, JM.; Salinas Fernández, JA.; Ribeiro Soriano, DE. (2023). Tourist accommodation, consumption and platforms. *International Journal of Consumer Studies*. 47(3):1011-1022. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12881>
- Kagawa, S. (2005). Inter-industry analysis, consumption structure, and the household waste production structure. *Economic Systems Research*, 17(4), 409–423. <https://doi.org/10.1080/09535310500283559>
- Kang, S. E., Park, C., Lee, C. K., y Lee, S. (2021). The Stress-Induced Impact of COVID-19 on Tourism and Hospitality Workers. *Sustainability Vol. 13, Page 1327*, 1327. <https://doi.org/10.3390/SU13031327>
- Ladkin, A. (2011). Exploring tourism labor. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1135–1155. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2011.03.010>
- Liu, A. Y.R. Kim, y H. Song (2022) Toward an accurate assessment of tourism economic impact: a systematic literature review *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3, <http://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100054>
- Maak, K. (2009). El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, 23, 149-172.
- Martín-Duque, C. (2017). Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methadodos. Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 62-73. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.155>.
- Miller, R. E., y Blair, P. D. (2022). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions, Third Edition*, 1–750. <https://doi.org/10.1017/9781108676212>.
- Miyazawa, K., y Masegi, S. (1963). Interindustry analysis and the structure of income-distribution. *Metroeconomica*, 15(2–3), 89–103. <https://doi.org/10.1111/J.1467-999X.1963.TB00302.X>
- Moscarelli, R. (2021). Slow tourism, public funding and economic development. A critical review on the case of the Way of St. James in Galicia. *Revista Galega De Economía*, 30(3), 1-16. <https://doi.org/10.15304/rge.30.3.7522>
- Nunes, S. (2022). Descriptive Analysis of the Recent Advances of Film-Induced Tourism: Identification of Strengths, Gaps and Opportunities. *Academica Turistica - Tourism and Innovation Journal*, 15(2). <https://academica.turistica.si/index.php/AT-TIJ/article/view/390>
- Paci, R., y Marrocu, E. (2014). Tourism and regional growth in Europe. *Papers in Regional Science*, 93(S1), S25–S50. <https://doi.org/10.1111/PIRS.12085>
- Pereira López, X., & de la Torre Cuevas, F. (2023). An alternative for tracing the path between supply and use tables in current and constant prices. *Structural Change and Economic Dynamics*, 67, 293–302. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2023.08.008>
- Precedo, A., Revilla, A., y Míguez, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, LXVIII, 262, 205-234. <https://doi.org/10.3989/geogr.2007.i262.11>.

- Sadler, P. G., y Archer, B. H. (1975). The economic impact of tourism in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 3(1), 15–32. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(75\)90015-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(75)90015-8).
- Santos, X. M. (1999). Mitos y realidades del Xacobeo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28, 103-118.
- Santos, J. M. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, 18, 135-150
- Scarlett, H. G. (2021). Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment. *Research in Globalization*, 3, 100044. <https://doi.org/10.1016/J.RESGLO.2021.100044>
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *The Journal of Development Studies*, 34(5), 1–51. <https://doi.org/10.1080/00220389808422535>
- Smeral, E. (2005). The economic impact of tourism: Beyond satellite accounts. *Tourism Analysis*, 10(1), 55–64. <https://doi.org/10.3727/1083542054547949>
- Smeral, E. (2006). Tourism satellite accounts: A critical assessment. *Journal of Travel Research*, 45(1), 92–98. <https://doi.org/10.1177/0047287506288887>
- ten Raa, T., y Rueda-Cantuche, J. M. (2013). The problem of negatives generated by the commodity technology model in input-output analysis: A review of the solutions. *Journal of Economic Structures*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/2193-2409-2-5>
- Teng, H. Y. (2021). Can film tourism experience enhance tourist behavioural intentions? The role of tourist engagement. *Current Issues in Tourism*, 24(18), 2588–2601. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1852196>
- Teng, H. Y., y Chen, C. Y. (2020). Enhancing celebrity fan-destination relationship in film-induced tourism: The effect of authenticity. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100605. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2019.100605>
- Tourism Organization, W. (2024). *International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024*. www.unwto.org/market-intelligence.
- Turner, R. (2013). *The Travel y Tourism Competitiveness Report 2013 | 63 Travel y Tourism as a Driver of Employment Growth*.