



LA RAZÓN HISTÓRICA  
 Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas  
 ISSN 1989-2659  
 Número 54, Año 2022, páginas 155-187  
[www.revistalarazonhistorica.com](http://www.revistalarazonhistorica.com)

## El sector turístico como motor del crecimiento y de la recuperación de la economía en la Costa del Sol.

Francisco Mario Mármol Andreu<sup>1</sup>  
 Jose Manuel Santos Jaén<sup>2</sup>  
 Jorge Alexander Mora Forero<sup>3</sup>  
 Ana León-Gómez<sup>4</sup>

**Resumen.** Este artículo analiza y compara el rol del turismo ha influido a nivel económico y social en la economía y en el cambio estructural de Málaga y más concretamente en la Costa del Sol desde los inicios de este enclave como punto de atracción mundial de recepción de viajeros del mundo y como a día de hoy y con las diferentes crisis que ha atravesado en los últimos veinte años España ha ido modificando y adaptándose a las nuevas líneas y oportunidades para seguir creciendo e ir guiando su economía hacia otros puntos más avanzados y tecnológicos. También se ha indagado como las crisis y factores externos a este sector como son los ciclos económicos y sociales, han influido tanto positivamente como negativamente en esta actividad económica.

**Palabras clave:** Pandemia, Crecimiento económico, turismo.

**Abstract.** This article analyzes and compares the role of tourism has influenced at an economic and social level in the economy and in the structural change of Malaga and more specifically in the Costa del Sol since the beginning of this enclave as a point of global attraction for the reception of world travelers and how today and with the different crises that it has gone through in the last twenty years Spain has been modifying and adapting to the new lines and opportunities to continue growing and guide its economy to other more advanced and technological points. It has also been investigated how the crises and external factors to this sector such as economic and social cycles, have influenced both positively and negatively in this economic activity.

**Key words:** Pandemic, Economic growth, tourism.

<sup>1</sup> Universidad de Málaga

<sup>2</sup> Universidad de Murcia, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad

<sup>3</sup> Universidad Agustiniana, Docente Investigador Hotelería y Turismo

<sup>4</sup> Universidad de Málaga, Departamento de Finanzas y Contabilidad

## Introducción

La determinación del impacto turístico es una constante en crecimiento, la cual gira en torno a condicionantes que afectan al crecimiento sostenido de esta variable. Desde el inicio de la I Revolución industrial en el siglo XIX, se inicia una nueva tendencia económica denominada “turismo” la cual ha afectado diversos puntos geográficos del mundo y del que hoy en día puede considerarse una de sus principales fuentes económica. Este sector tiene dos siglos de trayectoria, en el que se ha visto expuesto a grandes crisis, pandemias y desastres, que han modificado a grandes rasgos la actividad.

El tema propuesto en este artículo es relevante ya que la provincia de Málaga, desde sus inicios, ha estado muy ligada al desarrollo económico del turismo. En los últimos años el turismo se ha posicionado como principal fuente de ingreso y de desarrollo de la ciudad. La Costa del sol es un punto clave, en el cual se combinan diversos factores que la hacen favorable para que sea apreciada como uno de los principales destinos turísticos de todo el mundo por lo que la historia y crecimiento de esta ciudad está estrechamente relacionado con la actividad turística.

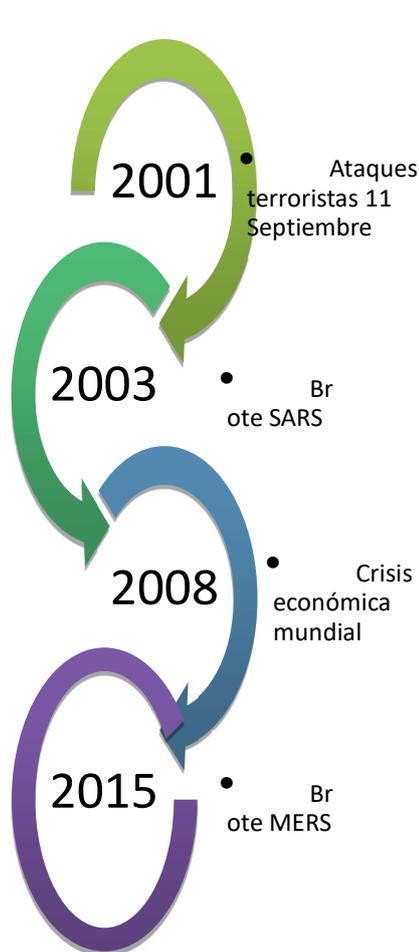
Se ha comprobado que no está suficientemente estudiado el papel que juega el turismo en el crecimiento económico, en especial en la Costa del sol y lo que las variables externas a la que ha sido expuesta la sociedad han incidido en el desarrollo y crecimiento. Este artículo tiene como objetivo analizar cuál ha sido el impacto económico del turismo en la ciudad de Málaga. Este sector puede incidir en la economía de la ciudad, como es el caso de la actual crisis derivada por el COVID-19 y como a través de esta situación se ha ido evolucionando hacia otros sectores económicos.

Se ha realizado en el primer apartado un repaso histórico de como afectan las catástrofes y crisis mundiales al sector turístico (Saavedra et al., 2021). En el segundo apartado se realiza una introducción a la historia de los inicios del turismo en la Costa del Sol y en los apartados siguientes se centra la discusión en cómo ha afectado el virus COVID- 19 y se hace una identificación de cuáles han sido las oportunidades surgidas de esta crisis y como puede evolucionar.

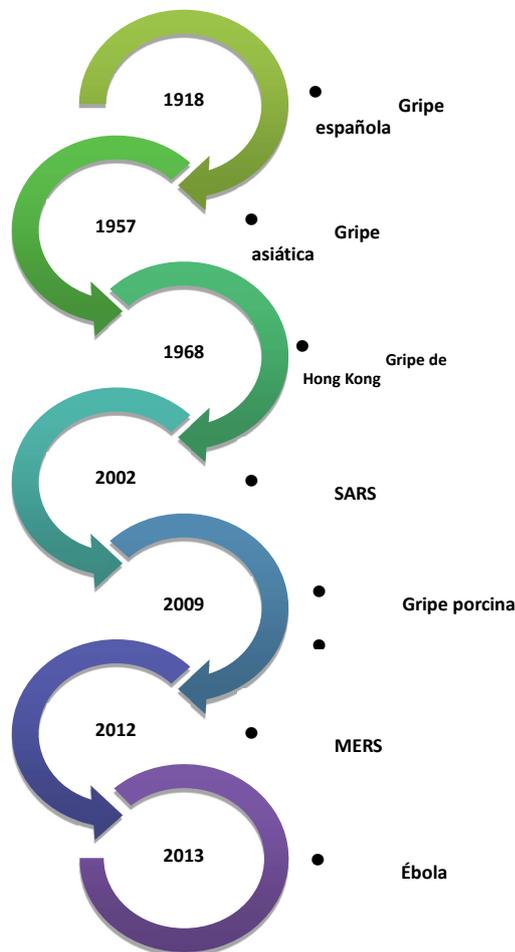
### Revisión de Literatura.

El turismo es un sector en constante crecimiento y económicamente importante a nivel global y local. Tiene una gran relevancia económica, social y cultural y ofrece perspectivas reales de desarrollo sostenible e inclusivo (World Tourism Organization, 2019). Sin embargo, los brotes de enfermedades infecciosas, incluido el coronavirus, ponen en gran peligro a la industria del turismo dada su dependencia de la movilidad humana (Yang et al., 2020). En este sentido, cabe destacar que el sector turístico ha estado expuesto en el pasado a grandes amenazas, como pueden ser los periodos de crisis (figura 1) y los brotes pandémicos (figura 2).

**Figura 1. Principales crisis en el turismo en el turismo**



**Figura 2. Principales pandemias**



Fuente: (Gössling et al., 2020) y elaboración propia.

En referencia a todos los acontecimientos anteriores, cabe destacar en primer lugar el brote de SARS producido en 2003, cuyo costo económico estimado global fue de 100 mil millones de dólares y 48 mil millones de dólares sólo en China (Siu & Wong, 2004). En segundo lugar, a pesar de que en 2009 se definió la gripe porcina como una pandemia, no tuvo la gravedad esperada (Gössling et al., 2020), ya que los costos económicos de la pandemia fueron relativamente bajos (Oxford Economic Forecasting, 2009). Sin embargo, sí tuvo un efecto significativo en la demanda turística, ya que produjo una reducción significativa en el volumen de viajes, lo que a su vez impactó en la oferta turística (Page et al., 2012). Por último, los brotes de Ébola y MERS fueron importantes para crear conciencia sobre la amenaza de las pandemias mundiales (Gössling et al., 2020).

Una neumonía de causa desconocida en Wuhan (China) reconocida por primera vez el 31 de diciembre de 2019, fue la causa que provocó la pandemia del coronavirus (COVID-19) (Huang et al., 2020). Para contener el virus, los gobiernos de

las naciones tuvieron que adoptar medidas restrictivas. De esta manera, las restricciones de viajes internacionales, regionales y locales afectaron de inmediato a las economías nacionales, incluido el sector turístico, es decir, viajes internacionales, turismo nacional, visitas de un día y segmentos tan diversos como transporte aéreo, cruceros, transporte público, alojamiento, cafés y restaurantes, convenciones, festivales, reuniones, o eventos deportivos (Gössling et al., 2020).

Ante este escenario, la importancia del sector turístico era tan grande que el número de viajes turísticos realizados cada año antes de la llegada del COVID19 superaba a la población mundial (Rasoolimanesh et al., 2020). El número de llegadas de turistas internacionales superó los 1.500 millones en todo el mundo en 2019, un aumento del 3,8% con respecto al año anterior (Organización Mundial del Turismo, 2019). A pesar de que las expectativas a principios de 2020 parecían positivas (Trupp y Dolezal, 2020) con una previsión de 1.800 millones de turistas internacionales para 2030 (Trupp y Dolezal, 2020), la llegada de COVID19 ha propiciado que se modifiquen las previsiones (Gössling et al., 2021).

Después de seis décadas de crecimiento sostenido, el turismo se ha consolidado como un motor indispensable del crecimiento económico. Teniendo esto en cuenta que el sector turístico creció un 3,5% en 2019, superando a la economía mundial en un 2,5% por noveno año consecutivo (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2020). Desde otra perspectiva, se puede ver que el sector en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) aporta directamente , litros de PIB, 6,9 litros de empleo y 21,5 litros de exportaciones de servicios (Harba et al., 2020)

Figura 3 muestra los 15 países con mayor participación del PIB en el sector de viajes y turismo.

**Figura 3.** Los 15 Países con mayor contribución del turismo al PIB.



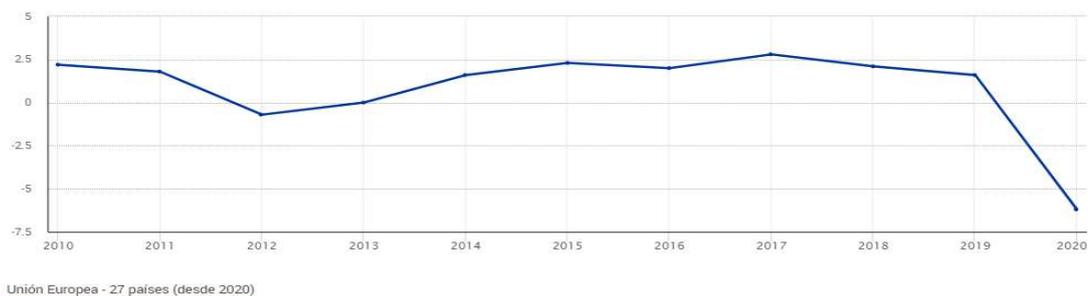
Fuente: World Tourism Organization (2020)

Los impactos negativos de COVID-19 no solo se limitan a la pérdida de vidas humanas, sino que también incluyen efectos sociales, económicos y políticos a corto y largo plazo (Farzanegan et al., 2020). Con objeto de afrontar esta crisis provocada por el COVID-19, puede ser útil el estudio de anteriores brotes pandémicos que presenten patrones de comportamientos similares, como el SARS, la gripe aviar, el ébola (Zenker & Kock, 2020). En efecto, ambos autores encuentran similitudes con trabajos previos como el de Papatheodorou et al. (2010) sobre la crisis económica de 2008 o el comportamiento y la racionalización de los viajeros siguiendo las estrategias economizadoras de los turistas durante las crisis económicas (Campos-Soria et al., 2015).

Una consecuencia común en los períodos de pandemia es el incremento de la tasa de pobreza (Carillo & Jappelli, 2020). En consecuencia, en los últimos años ha habido un creciente interés en el análisis del turismo como elemento clave para reducir la pobreza (Garza-Rodriguez, 2019). Entonces, se han definido los precios, las ganancias y los ingresos como los canales principales a través de los cuales el turismo influye en la tasa de pobreza (Blake et al., 2008). Según, Li et al. (2018), un mayor consumo turístico provocará una mayor producción, precios y salarios en las industrias relacionadas con el turismo. Los ingresos más altos tienden a incrementar el consumo de los pobres y mejorar sus niveles de vida, sin embargo, también debe tenerse en cuenta que los hogares pobres que no están empleados podrían no beneficiarse del canal de ingresos.

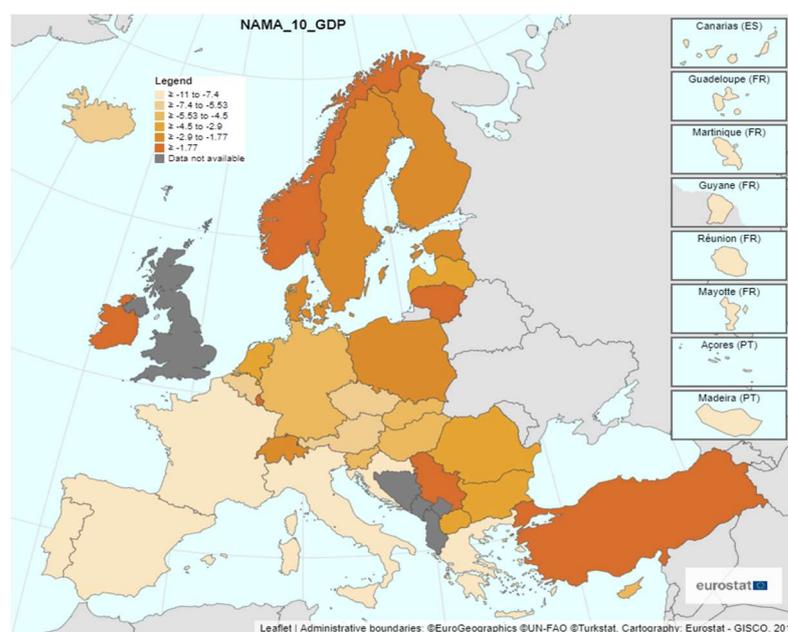
Si bien no hay forma de saber exactamente cuál será el daño económico de la pandemia mundial del coronavirus COVID-19, existe un acuerdo generalizado entre los economistas de que tendrá graves impactos negativos en la economía mundial. Las primeras estimaciones predijeron que, en caso de que el virus se convierta en una pandemia mundial, la mayoría de las principales economías perderán al menos el 2,9% de su producto interno bruto (PIB) durante 2020. Este pronóstico ya se ha actualizado en el año 2021 a una pérdida del PIB del 4,5%. Para poner este número en perspectiva, el PIB mundial se estimó en alrededor de 87,55 billones de dólares estadounidenses en 2019, lo que significa que una caída del 4,5% en el crecimiento económico equivale a casi 3,94 billones de dólares estadounidenses en producción económica perdida (Szmigiera, 2021). A nivel europeo, en 2020 la variación porcentual del PIB con respecto al año llegó a alcanzar -6,2% (figura 4). Donde España (-11%), Italia (-8,9%), Croacia (8,4%), Grecia (8,2%), Francia (8,1%) y Portugal (7,6%) fueron los países que presentaron una mayor variación porcentual negativa del PIB con respecto al año 2019 (Eurostat, 2021) (figura 5).

**Figura 4.** Variación porcentual del PIB en la Unión Europea.



Fuente: (Eurostat, 2021)

**Figura 5.** Variación porcentual del PIB en países europeos (2020).

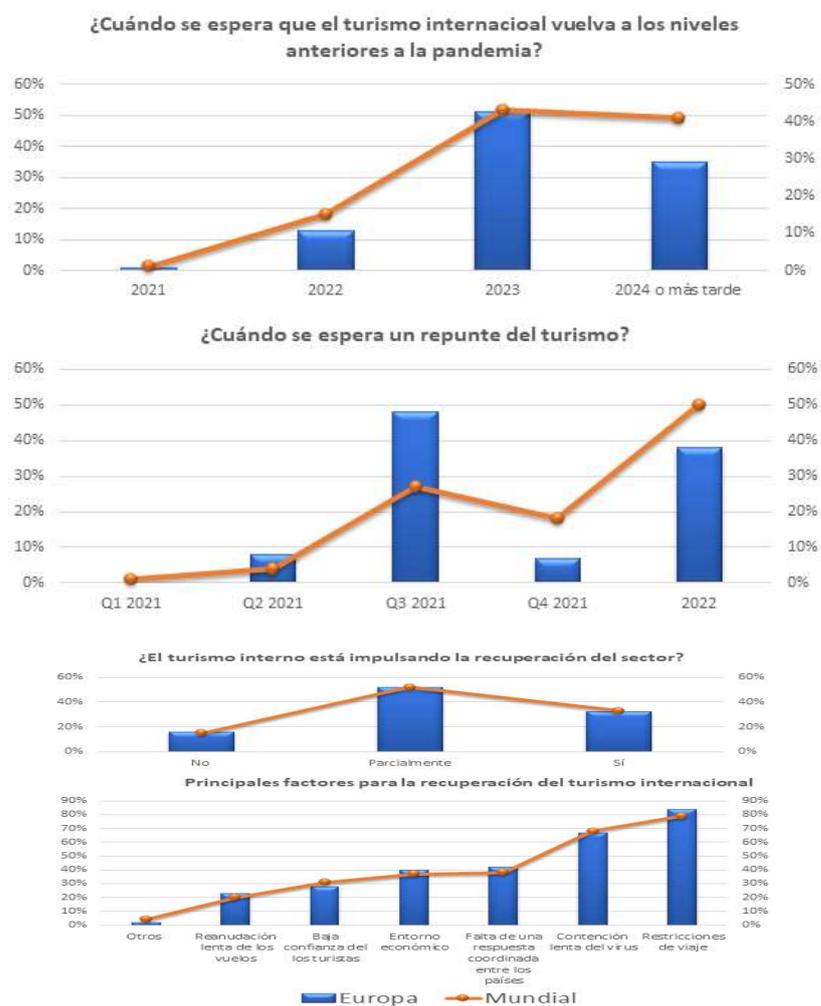


Fuente: (Eurostat, 2021).

Asimismo, la industria del turismo también se ha visto afectada, debido a las restricciones actuales en los viajes nacionales e internacionales (Kaushal & Srivastava, 2021). Estas prohibiciones de viaje, cierres de fronteras, cancelaciones de eventos, requisitos de cuarentena y temor a la propagación, han planteado desafíos extremos a los sectores del turismo y la hostelería (Gössling et al., 2020). Debido a estas restricciones, el brote de COVID-19 tiene graves consecuencias para el turismo internacional, con efectos concomitantes en el crecimiento económico y la prosperidad de varias naciones (Farzanegan et al., 2021).

World Tourism Organization, 2020 afirma que hasta el año 2022 no habrá un repunte del sector turístico a nivel mundial, sin embargo, los datos europeos son más esperanzadores, puesto que esta recuperación se espera que comience en el tercer trimestre del año 2021. Si bien, hasta el año 2023 (tanto para el caso europeo como a nivel mundial), no se espera que el turismo vuelva a los niveles anteriores a la pandemia. Las restricciones anteriores en los viajes, la lenta contención del virus, la falta de una respuesta coordinada entre los países y el entorno económico, son algunos de los principales factores para la recuperación del turismo internacional. Aunque, en este escenario también posee una gran relevancia el turismo parcial, ya que permitirá la recuperación del sector turístico del mismo modo. (figura 6).

**Figura 6. Escenario actual del sector turístico.**



Fuente: World Tourism Organization (2020).

En este contexto, la importancia económica del turismo y su crecimiento es un área de considerable valor en la actualidad, por lo que no es de extrañar que exista una gran cantidad de literatura que destaca los diferentes efectos del turismo (Farzanegan et al., 2020; Niñerola et al., 2019; Rasoolimanesh et al., 2020; Trupp y

Dolezal, 2020). En consecuencia, actualmente uno de los debates más importantes en el campo del crecimiento económico es el impacto del desarrollo turístico es que se ve como un proceso de crecimiento que satisface las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras al tiempo que protege y mejora las oportunidades. Por tanto, la principal pregunta que los investigadores que estudian esta intersección quieren responder es si el desarrollo turístico contribuye al desarrollo económico general y en qué medida (Dogru y Bulut, 2018).

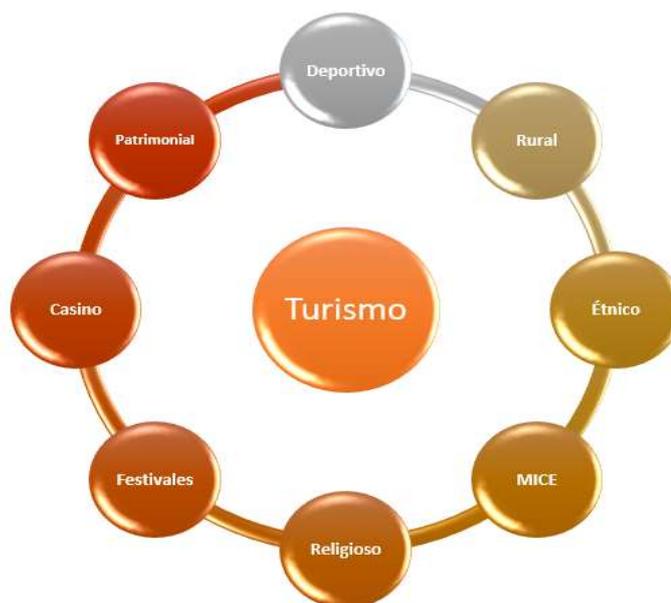
La investigación empírica existente ha demostrado que existe una conexión estable y duradera entre el progreso del turismo y el desarrollo económico (Balaguer y Cantavella-Jordá, 2002; J. W. Lee y Brahmasurene, 2013). Sin embargo, los resultados obtenidos en investigaciones previas están comprometidos y no existe un acuerdo general sobre el significado de esta relación (Figura 7). Por un lado, afirma que el desarrollo del turismo genera un efecto negativo en la economía de un país porque el desarrollo del turismo puede tener efectos nocivos a largo plazo sobre el medio ambiente (Ahmad et al., 2018), como la contaminación, degradación del destino, daño a la biodiversidad ... (Gössling, 2002).

El turismo puede afectar a las comunidades residentes (Caneday y Zeiger, 1991; Faulkner y Tideswell, 1997), a través de un aumento en el costo de vida (Lee y Back, 2006), trabajos poco calificados y por lo tanto mal pagados (Davidson y Sahli, 2015) y deteriorando la calidad de vida percibida por los Residentes (Andereck y Nyaupane, 2011; Nunkoo y Ramkissoon, 2011). En general, el turismo puede afectar el desarrollo económico futuro de los destinos turísticos (Niñerola et al., 2019). Si bien otros autores ven los aspectos positivos de esta relación desde un ángulo diferente, ya que el turismo tiene una gran capacidad para distribuir la riqueza, contribuir al desarrollo de los países emergentes y generar ingresos a través de las exportaciones (Holzner, 2011; Niñerola et al., 2019 ).

Invertir en la industria del turismo impulsará el crecimiento económico al promover la creación de empleo (Nunkoo y Ramkissoon, 2011), mejorar los niveles de vida (Nunkoo y Ramkissoon, 2011), promover más oportunidades comerciales e inversiones para la población local (Kwan y McCartney, 2005). De este modo se mejora la infraestructura (Su et al., 2018) y aumentan los ingresos de la población activa actual mediante la creación de nuevos puestos de trabajo dentro y fuera de la industria turística (Dogru y Bulut, 2018). Por lo tanto, los países deben utilizar la industria del turismo para mejorar sus economías (Husein y Kara, 2011; Tugcu, 2014 ).

Asimismo, Li et al. (2018) definieron las diferentes contribuciones del turismo en el crecimiento económico (figura 8).

**Figura 8.** Contribuciones del turismo al crecimiento económico.



*Fuente: Li et al. (2018) y elaboración propia*

De esta forma, estudios previos han señalado que el canal que vincula la relevancia del turismo con el progreso económico lo establecen varias variables, como el tipo de cambio (Kumar et al., 2018), las remesas (Kumar, 2018), la información y la comunicación. tecnología (Kumar y Kumar, 2012), inversiones extranjeras (Khoshnevis Yazdi et al., 2017), emisiones de carbono (Lee y Brahmastre, 2013), apertura comercial (Shahbaz et al., 2017) y consumo de energía (Isik et al., 2018). Por tanto, en consideración a lo anterior, el desarrollo del turismo provoca un mayor crecimiento económico (Balaguer y Cantavella-Jordá, 2002; Zhang y Yang, 2019), principalmente debido a que la actividad turística implica un aumento de la producción, los ingresos y los ingresos. (Chingarande y Saayman, 2018).

El turismo permite estimular las inversiones locales en nuevas infraestructuras, como los servicios de transporte (Chou, 2013). Además, favorece a la población activa ya que el turismo contribuye a la generación de empleo (InchaustiSintes, 2015). Asimismo, la cantidad de turistas que visitan un país es un factor clave para el crecimiento económico, ya que el gasto turístico brinda ingresos al país de destino (Nyasha y Odhiambo, 2019). También provocará un aumento de la moneda extranjera de un país (Nowak et al., 2007), que se utilizará para promover la importación de bienes de capital (Balaguer y Cantavella-Jordan, 2002), lo que facilitará el financiamiento de los recursos primarios utilizados. productivos (Nowak et al., 2007) y producirán bienes y servicios que beneficiarán a la economía del país visitante (Balaguer y Cantavella-Jordá, 2002).

El impulso económico del turismo se puede analizar desde tres perspectivas diferentes. Primero, Li et al. (2018) afirman que la economía es directa, indirecta e inducida por los ingresos del turismo. Los efectos directos generalmente involucran

cambios en las ventas, el empleo, los ingresos fiscales y los niveles de ingresos, debido a los impactos inmediatos del gasto turístico. Por otro lado, los efectos indirectos son generalmente cambios en los precios, calidad y cantidad de bienes y servicios, impuestos a la propiedad y más, e impactos sociales y ambientales. Estos efectos se observan ampliamente en las industrias relacionadas con el turismo (Li et al., 2018). Los efectos inducidos suelen estar vinculados a cambios en el gasto de los hogares, como resultado de los ingresos adicionales generados por el gasto turístico (Brida et al., 2008).

En segundo lugar, el papel fundamental del turismo en la acumulación de capital, el alivio de la pobreza y la mejora del bienestar social ha recibido un interés creciente en la literatura empírica (Scheyvens, 2007; Scheyvens y Russell, 2012). En tercer lugar, la eficiencia y la productividad del turismo contribuyen a la asignación de recursos económicos para reducir costos en los sectores relacionados con el turismo, mejorar el desempeño de la industria turística y mantener un alto nivel de competitividad turística (Goncalves, 2013). Finalmente, en el contexto de la globalización, la industria turística de un país interactuará con factores económicos externos (Li et al., 2018). Porque, como importantes exportaciones de servicios, la demanda turística es sensible a los tipos de cambio (De Vita, 2014) y a las condiciones económicas globales (Meng, 2014).

### **Antecedentes Históricos Costa del Sol.**

La Costa del Sol, se trata de una zona de 150 km de litoral ubicada en el sur de España, más concretamente en la provincia de Málaga, la cual recibe su nombre debido a la cantidad de días que esta zona tiene de sol al año aproximadamente 365 días. Esta zona comprende desde la zona de Maro (Nerja) hasta Estepona.

Comenzamos con breve repaso de la historia de la Costa del Sol como uno de los principales destinos turísticos de España y de Europa. En los últimos decenios del S. XIX, Málaga sufrió un gran descenso de la economía, lo que obligó a destacados miembros de la sociedad malagueña a buscar alternativas para poner en marcha el crecimiento de la ciudad, al observar algunas ciudades del Sur de Francia o Italia que gracias a los condicionantes de su clima habían conseguido atraer a grupos de turistas de centro y norte de Europa y se veían potenciando sus economías. Con esta iniciativa se crea en 1897 la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga, esta sociedad se dedicó a promover las cualidades que podía ofrecer Málaga hacia el sector turístico (Reina, 2019).

Con el inicio del S XX en concreto los años veinte, Málaga fue convirtiéndose en una zona cada vez más atractiva y donde unió no solo el turismo de playa sino también la Feria de Agosto y La Semana Santa. Desafortunadamente este crecimiento del turismo se ve paralizado con la llegada de la guerra civil española donde por ejemplo muchos de los hoteles se convirtieron en hospitales, como es el caso del

Gran Hotel Miramar, y en consiguiente la posguerra y el estallido de la Segunda Guerra Mundial frenaron este crecimiento (Vallejo, 2018).

A partir de los años 1950 en adelante se inicia una etapa de expansión y demanda de alojamientos hoteleros en Málaga debido a la masiva entrada de viajeros procedentes del exterior, es en estos años cuando comienza a despegar y a florecer la Costa del Sol como se conoce hoy en día. Como se observa en la siguiente figura 9, los cuales solo se tiene constancia desde 1966, cuando el Instituto Nacional de Estadística, publicó su primera serie sobre el movimiento de turistas en Málaga, hasta el año 2000.

**Figura 9. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros.**

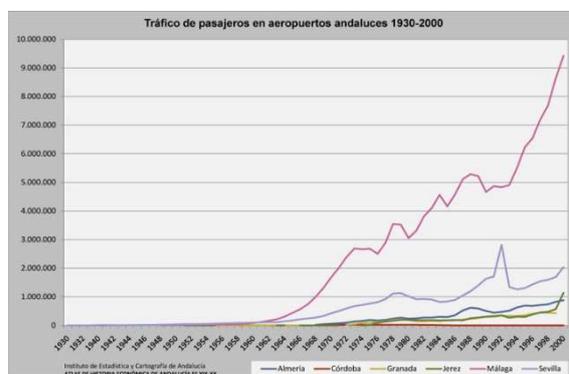
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2000).

Años	Málaga				Total	España	
	Espanoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje		Total	Málaga/España
1966	186	34,6	352	65,4	538	11.299	4,8
1970	238	27,2	637	72,8	875	15.474	5,6
1975	620	39,9	935	60,1	1.555	25.739	6,0
1976	715	50,6	697	49,4	1.412	24.193	5,8
1977	755	42,0	1.042	58,0	1.797	27.543	6,5
1980	666	47,7	731	52,3	1.397	23.078	6,1
1987	721	36,7	1.243	63,3	1.964	31.752	6,2
1990	876	48,7	922	51,3	1.798	33.237	5,4
1991	968	53,3	848	46,7	1.816	33.447	5,4
1993	754	47,2	843	52,8	1.597	32.052	5,0
1998	1.043	38,6	1.659	61,4	2.702	45.782	5,9
2000	1.299	39,4	2.002	60,6	3.301	59.283	5,6

### 3.1 Evolución del turismo en Málaga.

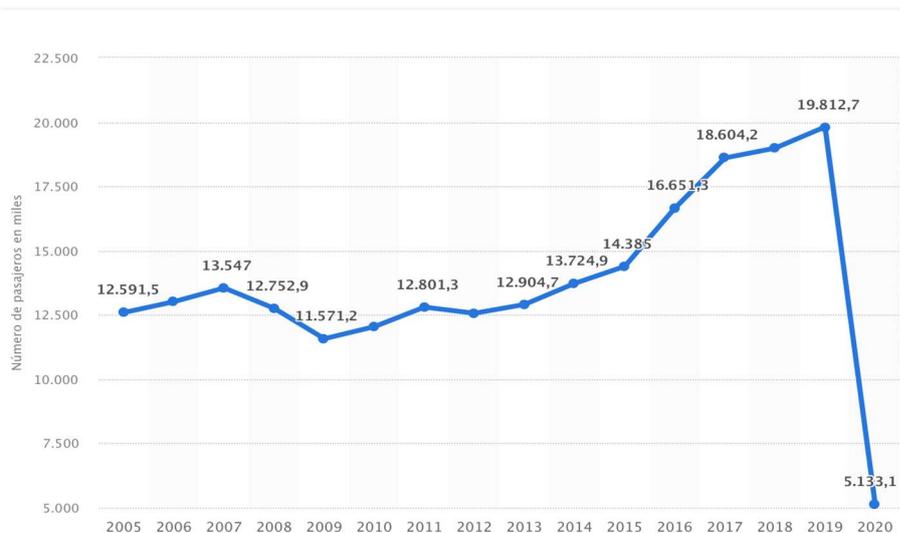
El boom turístico Málaga y su Costa del Sol se inicia con el actual aeropuerto Pablo Ruiz Picasso su aeropuerto. Con una serie remodelaciones iniciadas en 1950, el aeropuerto de Málaga se convierte así en uno de los más importantes de España y gracias a eso comenzó a recibir gran número de turistas británicos y escandinavos que hasta entonces veían Málaga como un destino de difícil acceso. Como se puede ver en la Figura 10, donde se muestra el volumen de pasajeros por provincias andaluzas desde 1930 hasta el año 2000. (Pellejero, 2003).

**Figura 10. Tráfico de pasajeros en aeropuertos de Málaga.**



Fuente: Atlas de historia económica Andalucía S XIX-S XX.

**Figura 11.** Tráfico de pasajeros aeropuerto de Málaga 2005-2020.



Fuente: Statista (2020).

Málaga ha sido el destino español que más crecimiento ha tenido desde 2005 hasta 2015 como se puede observar en la figura 11, que muestra el número de viajeros llegados al aeropuerto de Málaga, el cual año tras años tiene una tendencia alcista. (Informe de Coyuntura Turística del Instituto Nacional de Estadística (INE año 2005-2015)). Por detrás de Málaga, a gran distancia, se sitúan Barcelona (con un crecimiento del 59,14% en la cifra de viajeros), Bilbao (47,04%), Madrid (41,37%), San Sebastián (28,35%), Valencia (25,42%), Córdoba (23,10%), Sevilla (22,40%), Granada (22,11%), Zaragoza (16,31%), Palma de Mallorca (13,68%), Murcia (10,65%) y Las Palmas de Gran Canaria (9,26%).

**Figura 12.** Evolución de pasajeros en la Provincia de Málaga 2014-2020.



Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa en las figuras 11 y 12, el número de pasajeros que llegaban a la provincia de Málaga hasta la pandemia generada por el Covid-19, iba en aumento, por no hablar de la llegada de turistas procedentes del sector del crucero. El cual supone para la ciudad otra gran fuente de ingreso de turistas.

**Figura 13.** Evolución del tráfico de pasajeros de cruceros en Málaga.



Fuente: Puertos del estado y elaboración propia 2004-2013.

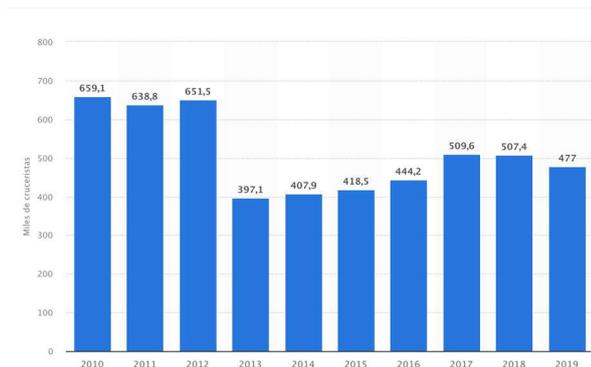
En noviembre de 2018, teniendo en cuenta a las viviendas con fines turísticos, la oferta reglada de la Provincia de Málaga presenta más de 337.000 plazas, con un incremento porcentual respecto el año anterior del 21,5% y más de 59.600 plazas más. Aumentan moderado del número de pasajeros en avión +1,5%, con 8.894.668 llegadas hasta noviembre, con ligero descenso de mercado internacional (-0,1%) e importante crecimiento del nacional (+12,4%). En las llegadas en AVE, se produce un incremento con respecto al año anterior 2017 concretamente un +4,0%. Las llegadas de cruceristas desciende ligeramente hasta octubre alcanzando los 427.504D pasajeros y una tasa de variación del -1,4%. (Balance turístico de la Costa del Sol, 2018, pág. 13.

**Figura 14.** Origen de los turistas llegados a Málaga

LLEGADAS SEGÚN MERCADOS	AÑO 2018	CUOTA	VAR. ABS. 18/17	VAR. % 18/17
<b>REINO UNIDO</b>	2.714.910	30,5%	-123.858	-4,4%
ESPAÑA	1.258.528	14,1%	139.073	12,4%
<b>ALEMANIA</b>	731.871	8,2%	-41.282	-5,3%
FRANCIA	545.119	6,1%	40.076	7,9%
<b>HOLANDA</b>	522.153	5,9%	-15.749	-2,9%
DINAMARCA	379.345	4,3%	26.736	7,6%
IRLANDA	374.644	4,2%	5.021	1,4%
BELGICA	371.807	4,2%	4.840	1,3%
<b>SUECIA</b>	314.949	3,5%	-15.883	-4,8%
<b>ITALIA</b>	287.668	3,2%	-26.731	-8,5%
SUIZA	254.415	2,9%	6.203	2,5%
<b>NORUEGA</b>	245.003	2,8%	-6.622	-2,6%
FINLANDIA	186.268	2,1%	42.020	29,1%
POLONIA	112.272	1,3%	10.087	9,9%
<b>FEDERACION RUSA</b>	76.463	0,9%	-7.883	-9,3%
TURQUIA	73.709	0,8%	11.674	18,8%
<b>RUMANIA</b>	62.213	0,7%	-1.276	-2,0%
REPUBLICA CHECA	57.852	0,7%	25.116	76,7%
<b>AUSTRIA</b>	44.539	0,5%	-6.249	-12,3%
PORTUGAL	43.306	0,5%	4.068	10,4%
.....				
<b>TOTAL</b>	<b>8.894.668</b>		<b>128.722</b>	<b>1,5%</b>

Fuente: Aena (2018).

**Figura 15. Actividad crucerista en Málaga.**

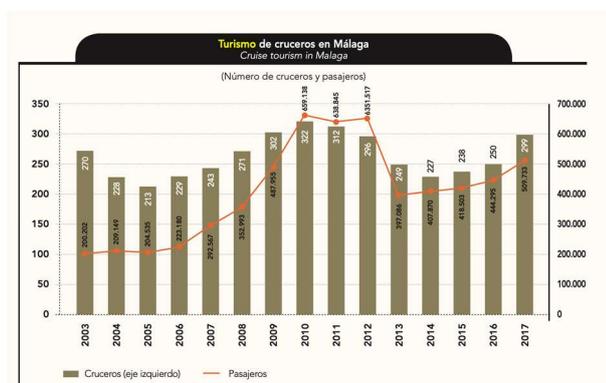


Fuente: Statista (2019).

El turismo de cruceros acumuló en los años 2014-2017 aumentos consecutivos, con un total de 509.733 pasajeros, un 14,7% más que en 2016. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, la demanda hotelera en la ciudad de Málaga en el año 2017 mostró una positiva trayectoria en ese año. En este sentido, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros (1.329.937 en 2017) aumentó un 11,4% respecto a 2016. Este incremento se debió al aumento de viajeros extranjeros. Continuando con la demanda hotelera, si se compara con las principales ciudades españolas, se observa un aumento generalizado del número de viajeros, estimándose en Málaga el crecimiento relativo más elevado, seguida de Zaragoza (7,0%), mientras que Valencia ha registrado el aumento más moderado (1,8%).

En lo que respecta a las pernoctaciones hoteleras, en 2017 ascendieron a 2.493.923 en la ciudad de Málaga, lo que supone un aumento del 4,4% respecto a 2016 (debido también a la demanda extranjera) (Instituto Nacional de Estadística, 2014-2016). Por otra parte, los datos sobre cruceros en 2017 afianzan la trayectoria positiva de estos años, por lo que se situó en quinta posición, junto a la Bahía de Cádiz, entre los puertos españoles con mayor número de buques.

**Figura 16. Turismo de cruceros en Málaga**



Fuente: Autoridad portuaria de Málaga, Málagaport y puertos del Estado 2017.

En definitiva, el impacto económico de la llegada de cruceros al Puerto de Málaga supone otra de las grandes fuentes de ingreso del turismo en Málaga, en el año 2009 superó los 34 millones de euros, (Contribución de la industria del crucero a la economía europea en 2009). En ese mismo año la media se considera los 78.020 pasajeros que visitaron el puerto de la capital en base y los 409.935 que lo hicieron en tránsito, sumando en total 487.955 cruceristas (El mundo, 2010).

### **3.2 Cualidades que hacen único este destino.**

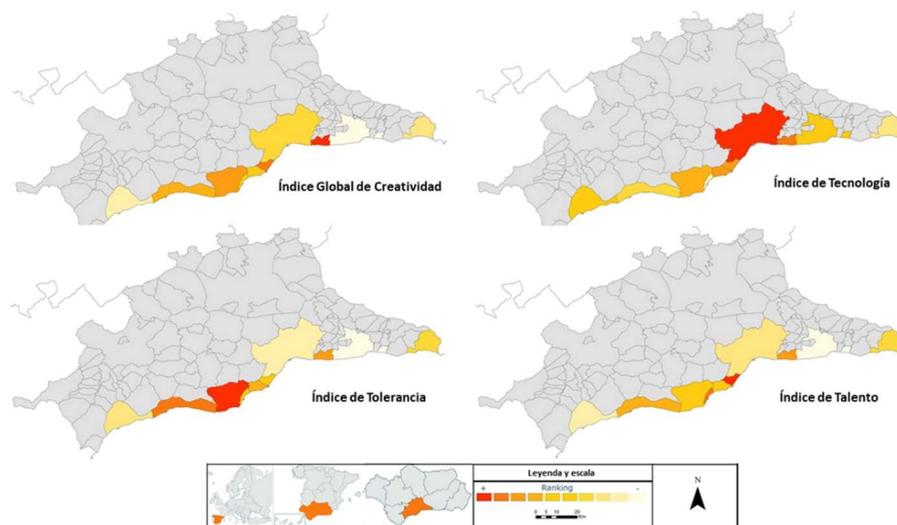
En referencia al artículo “Tourist destinations and creative capital: the case of costa del sol in southern Spain” (2008), en el cual se analiza el índice global de creatividad el cual combina los índices de tolerancia, tecnología y talento. Se pretende profundizar en las motivaciones de localización, contrastándolas con los factores de ubicación y evaluar si existen factores de atracción relacionados con el desarrollo de un destino turístico (Florida, 2004-2010, Romero et al., 2020).

La técnica cualitativa elegida fue la entrevista semiestructurada (Vela Peón, 2001) basada en realizado un total de 44 entrevistas a dos tipos de informantes. Las personas elegidas fueron expertos de diferentes entidades; Consorcio Qualifica-Costa del Sol; Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía; Confederación de Empresarios de Málaga; Cámara de Industria, Comercio y Navegación de Málaga; Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga; Parque Tecnológico de Andalucía; Mancomunidad de Municipios de la Axarquía-Costa del Sol; Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.

El índice de Creatividad en Málaga- Costa del Sol; en base a los tres índices mencionados anteriormente, Tolerancia, Tecnología y Talento. Los resultados fueron: Málaga capital concentraba las más importantes infraestructuras tecnológicas de conocimiento y transporte (Parque Tecnológico, Universidad, aeropuerto, ferrocarril y puerto). El Índice de Creatividad en la provincia de Málaga queda repartido por toda la costa de manera lineal, quiere decir que a diferencia de los grandes núcleos metropolitanos que se concentran todo en un punto, Málaga lo ha hecho de forma repartida en sus 130Km de costa.

Algunos de los indicadores que más destacan si se comparan con el resto del Mediterráneo son por ejemplo el de homosexualidad con Torremolinos en la sexta posición o Mijas (Romero-Padilla, 2016). También destacan en diversidad cultural con mucha presencia de población extranjera, como es Fuengirola. Los indicadores más llamativos corresponden a la atracción de capital humano y creativo extranjeros donde los municipios de la Costa del Sol (Romero Padilla, Navarro-Jurado, Romero-Martínez, 2018).

**Figura 14.** Resultado índice de creatividad en la Costa del Sol.



Fuente: *Tourist destinations and creative capital: the case of costa del sol in southern Spain (2018).*

Este estudio pone el punto de atención en el factor humano. Las ciudades creativas se encuentran a la vanguardia de los cambios producidos por la globalización, un claro ejemplo es Barcelona. (Scoot 2006; Florida, 2004; Landry y Bianchini, 1995; Unctad,2010).

La capacidad de atraer capital creativo a un lugar (Florida, 2004) se propone una serie de características como son:

**Tabla 1.** Características de atención en el factor humano

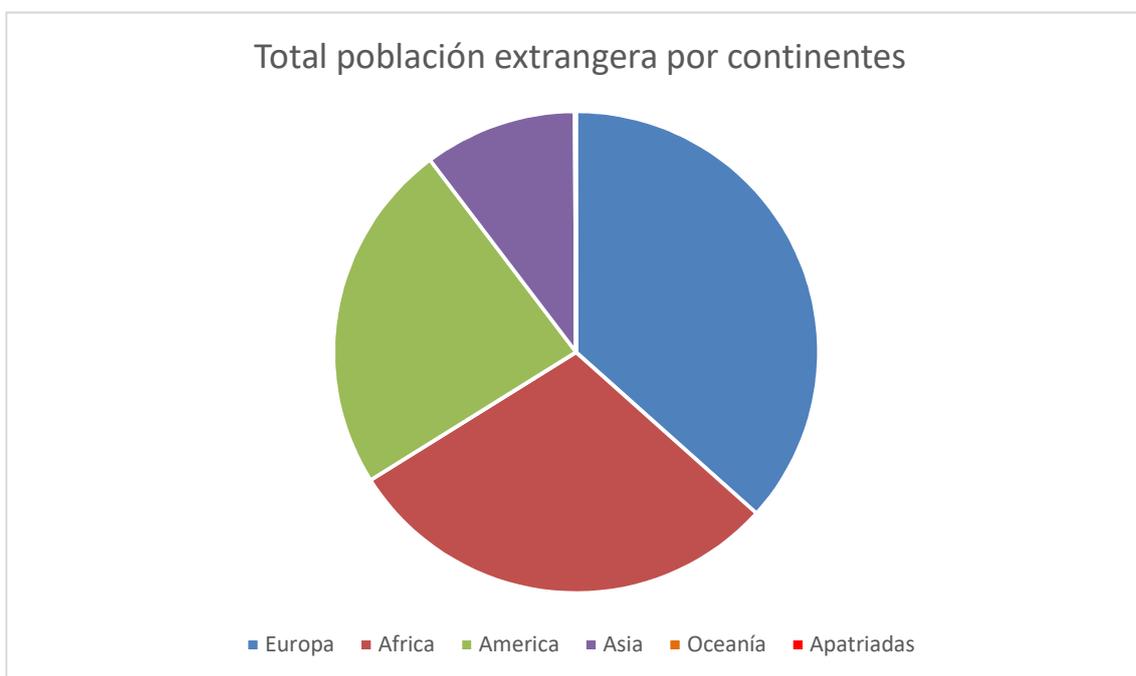
Mercados laborales densos.	
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo</li> <li>- Ocio</li> </ul>
Interacción social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interacción cultural</li> </ul>
Diversidad (Sassen 2004; Castells, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad</li> <li>- Orientación sexual</li> <li>- Influencias</li> <li>- Cosmopolitismo</li> </ul>
Autenticidad (Koolhas, 2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convivencia de lo viejo con las nuevas tendencias</li> </ul>

Identidad (Sennett, 2004, Bauman, 2013)	- Caracterización
---	-------------------

*Fuente: Elaboración propia*

En definitiva, la calidad de la ubicación incluye tres condicionantes (Florida, 2004; 309): hay entorno físico, hay personas y vitalidad. Destacando algunos estudios centrados en destinos urbanos (Richard; 2014) en la costa Mediterránea española y las Islas Canarias (González-Reverté et al., 2016) y en el contexto de Cataluña (Olano- Pozo; 2014). Esta investigación introduce el índice de creatividad y en la motivación de las clases creativa que eligen un destino turístico para vivir.

**Figura 15.** Total, Población extranjera residente en Málaga 2017



*Fuente: Estadística demográficas extranjeras ayuntamiento de Málaga (2018), elaboración propia.*

En 2015, se publicó un artículo en el periódico británico Daily Mail, “Welcome to Málaga, ¡the new Barcelona! Arty regeneration makes unappreciated Spanish city one of Europe's hip locations” (2015) en el cual hacía referencia a una comparación de la ciudad de Málaga con Barcelona. Debido a la construcción del actual Muelle 1, la apertura del Centro Pompidou, el museo de bellas artes y arquitectura inaugurado en 2016 unido a la cantidad de museos y la oferta gastronómica que presenta la ciudad de Málaga, la autora cataloga la ciudad como “la ciudad de los museos y la próxima Barcelona en cuanto a la evolución positiva en comparación con otras ciudades andaluzas como es Sevilla, la ciudad se había convertido en el destino de moda de Europa. (Lambert, 2015).

## 4. Impacto del Covid y el Turismo.

### 4.1 Crisis del 2008 y el turismo.

La industria del turismo es uno de los sectores más volátiles y vulnerables ante las crisis y los desastres. Los términos crisis y turismo han sido muy estudiado en muchos países (Ritchie, 2014). Eugenio-Martin y Campos-Soria (2014), analizan el comportamiento de los turistas de diferentes regiones europeas durante la crisis económica mundial sufrida en 2008. Los resultados obtenidos fueron reacciones muy diferentes en cuanto a los motivos que le afectan, destacando variables regionales y socioeconómicas, en general dependen de las condiciones climáticas del destino.

Tras los estudios realizados en el artículo “La crisis económica en el sector turístico. Un Análisis de sus efectos en la Costa del Sol”, se llega a la conclusión que, del 2008 al 2010, los indicadores no reflejan grandes caídas respecto a los años de boom económico: 2004 al 2007. En el año 2010 se produce un aumento de turismo interno y de salida al extranjero. Respecto a las entradas de internacionales, en 2008, 2009 hay una gran caída, que corresponde al inicio de la crisis y al miedo que la crisis fuese más larga que produjo una contracción del turismo y en 2010 la recuperación, la cual que se mantiene en 2011 y 2012. La recuperación se inició con países como Alemania o los países escandinavos principalmente, y, en el caso de España y la Costa del Sol, el de turistas de los países árabes afectados por guerras y revoluciones. (Torres, 2014; Ramírez, 2014; Rodríguez, 2014).

### 4.2 Influencia del Covid.

Según el informe de Europa Press, publicado en diciembre de 2019, la actividad turística generó en el año 2019 unos ingresos económicos de 14.442 millones de euros, un 1,92% más que en el 2018. Superando así los 13 millones de visitantes, un 4,2% más que en 2018 y 14.442 millones de euros de impacto económico. En concreto el número de turistas que ha llegado a la provincia de Málaga durante este año se ha incrementado en un +4,2% hasta alcanzar los 13.093.000 visitantes.

El crecimiento de la entrada de pasajeros que provienen de UK, Alemania y Francia se ha registrado un incremento de más de 100.000 pasajeros entre los tres mercados. En lo que respecta a Reino Unido, preocupación que había generado el Brexit, en 2019 era el primer mercado con una cuota del 29,9% y ha experimentó un importante aumento de viajeros del +2,3% en 2019 (+63.000 pasajeros). Un total de 2.778.000 viajeros británicos han visitado la Costa del Sol este año. (Hotelstur, 2019)

En lo que respecta a las llegadas al aeropuerto de Málaga, se destaca la influencia del mercado nacional, que registró un crecimiento de +7,8% que supone cerca de 100.000 pasajeros españoles más. El destino también tuvo un +17,5% de crecimiento de la oferta de plazas de alojamiento y en el mismo sentido en un +4,6% la llegada de pasajeros por aeropuerto y un +5,6% las llegadas en AVE. Creció un +6,9% los viajeros alojados en establecimientos y un +3% las pernoctaciones. El

principal crecimiento en los hoteles ha sido del mercado nacional, con un 10,6%, mientras que el aumento del mercado internacional ha sido más moderado, del 3,5%.

Según turismo Costa del Sol se elevó en un 23% por ciento su presupuesto para el 2020. Un plan de acción que elaboró un presupuesto de 11.395.000 euros, de los cuales 7.683.544 se destinaron a promoción turística y 3.149.026 a planificación.

**Figura 16. Plazas turísticas según tipo de establecimientos 2018-2019**

PLAZAS TURÍSTICAS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO	AÑO 2019	CUOTA %	VAR. % 2019/18	VAR. ABS. 2019
Apartamento	59.587	15,0%	0,2%	127
Campamento de Turismo	16.308	4,1%	0,0%	-
Establecimiento Hotelero	94.658	23,9%	3,7%	3.382
Establecimiento Hotelero - Pensión	9.289	2,3%	1,9%	170
Casa Rural	11.297	2,9%	18,7%	1.783
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	16.856	4,3%	20,6%	2.882
Vivienda con fines turísticos	188.085	47,5%	36,7%	50.536
<b>TOTAL</b>	<b>396.080</b>		<b>17,5%</b>	<b>58.880</b>

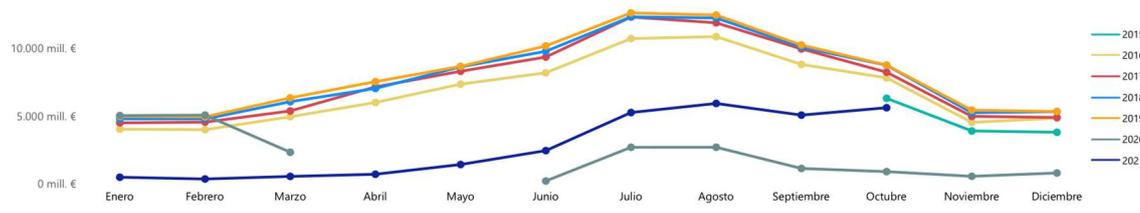
Fuente: Balance turístico 2019 "Costa del sol".

**Figura 17. País de procedencia de turistas en la Costa del Sol.**

LLEGADAS SEGÚN MERCADOS	AÑO 2019	CUOTA	VAR. ABS. 19/18	VAR. % 19/18
REINO UNIDO	2.778.243	29,9%	63.333	2,3%
ESPAÑA	1.357.010	14,6%	98.482	7,8%
ALEMANIA	743.624	8,0%	11.753	1,6%
FRANCIA	572.278	6,2%	27.159	5,0%
HOLANDA	527.669	5,7%	5.516	1,1%
IRLANDA	427.831	4,6%	53.187	14,2%
BELGICA	381.598	4,1%	9.791	2,6%
SUECIA	348.437	3,7%	33.488	10,6%
DINAMARCA	334.895	3,6%	-44.450	-11,7%
ITALIA	312.669	3,4%	25.001	8,7%
SUIZA	261.843	2,8%	7.428	2,9%
NORUEGA	245.048	2,6%	45	0,0%
FINLANDIA	196.749	2,1%	10.481	5,6%
POLONIA	103.140	1,1%	-9.132	-8,1%
TURQUIA	86.782	0,9%	13.073	17,7%
AUSTRIA	81.331	0,9%	36.792	82,6%
FEDERACION RUSA	80.391	0,9%	3.928	5,1%
REPUBLICA CHECA	69.968	0,8%	12.116	20,9%
PORTUGAL	64.054	0,7%	20.748	47,9%
RUMANIA	62.031	0,7%	-182	-0,3%
.....				
<b>TOTAL</b>	<b>9.303.683</b>		<b>409.015</b>	<b>4,6%</b>

Fuente: Balance turístico 2019 "Costa del sol".

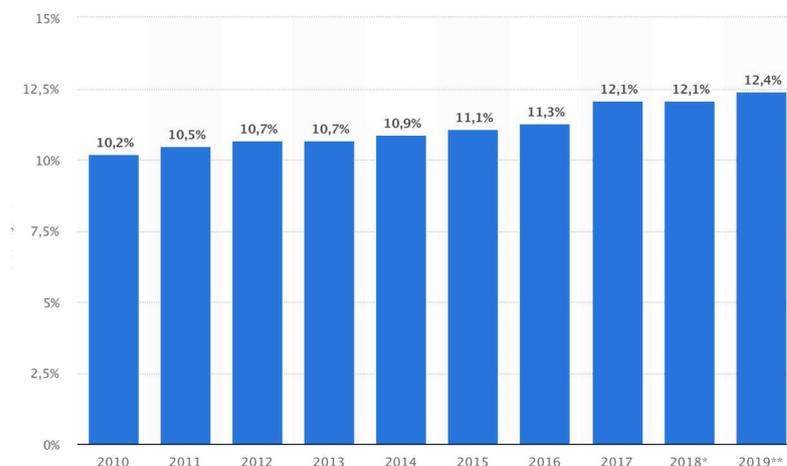
**Figura 18.** Gasto total del turismo por años.



Fuente: Dataestur (2021).

El estado de alarma que ha provocado la situación de crisis sanitaria por la COVID-19 supuso la supresión del flujo de visitantes internacionales con destino España por motivos turísticos en abril y mayo de 2020. El gasto de los visitantes internacionales con destino España por motivo turístico fue cero (Dataestur 2019). El gasto total de turismo internacional de 2019 fue de 97.170,87 millones un 2,56% más que en 2018. Por el contrario, en 2020 representó un 21.103,66 millón una caída del 78,28% respecto a 2019.

**Figura 19.** Porcentaje del PIB aportado por el sector turístico en España



Fuente: Statista (2019)

Según el estudio elaborado por la CEOE, se analiza la situación turística actual y se brindan dos escenarios para el desarrollo de la industria y su participación en el PIB para 2021, en función de la evolución de la pandemia y del movimiento de restricciones. Se estima que el sector turístico seguirá teniendo un nivel de actividad mucho menor respecto a 2019, con pérdidas de producción respecto a ese año entre el 50% y el 60%. Mientras que en 2019 el turismo representó 12,1 del PIB, en 2020 la proporción cae por debajo del 5%. Este es el inicio de la paulatina normalización de la industria, ya que para 2020 la cifra se sitúa por debajo de los 5.000 millones.

Por tanto, dependiendo de la evolución de la pandemia y del levantamiento de las restricciones de viaje, este año el turismo traerá un crecimiento de la economía de uno a dos puntos del PIB.

Ambos escenarios toman en cuenta el mal comportamiento de la industria turística en el primer trimestre de 2021, con una caída del 80% del PIB turístico respecto a 2019, como consecuencia de la tercera ola de la pandemia. Además, el estudio analiza datos clave que reflejan el impacto de la pandemia en el turismo en 2020, un ejercicio descrito como el "peor año de la historia" para el sector. Además, también advirtió que, "en el caso de España, el impacto negativo de la pandemia en el sector es aún más urgente, dada su relevancia en la estructura de nuestra producción".

En este sentido, recuerda que, según la cuenta satélite de turismo publicada por el INE, la industria turística emplea a 2,7 millones de personas (12,9 mil millones de empleos totales) y representa 12, mil millones del PIB. Por otro lado, esta cuota de la riqueza nacional total ha caído por debajo del 5% en 2020, como consecuencia de indicadores como el hecho de que España ha pasado de más de 83 millones de turistas en 2019 a menos de 83 millones de turistas. por 2020. Comercialmente y por análisis de ingresos, las industrias relacionadas con el turismo han perdido más del 50% de sus ingresos. Así, destacan los turoperadores, con un descenso de ingresos de 75 %, seguidos del alojamiento (68%) y el transporte aéreo (60,1%), de los que las pérdidas totales rondan los 5.000 millones de euros. Los servicios de alimentación registraron un descenso de ingresos, superando los 23.000 millones de euros. (CEO, de empresas españolas).

La Costa del Sol en 2019-2020 vio el peor año turístico de su historia, perdiendo 9,3 millones de turistas y 10.352 millones de euros, una caída del 71%. El presidente de Turismo Costa del Sol reafirma el contundente compromiso de la Diputación de Málaga con el sector turístico, "porque tiene una importancia vital para nuestro país, para Andalucía y para nuestra provincia". Destacando los importantes descensos en las llegadas de los pasajeros provenientes de nuestros principales mercados. Alemania cae un 75,6%, Francia (-71,2%), Irlanda (-84,7%), Suecia baja un 72,7%, Holanda (-65,3%), Bélgica -67,6%, Dinamarca (-74,8%). En las llegadas en AVE, se produce un descenso con respecto al año anterior del 61,1%. También caen las llegadas de cruceristas en un 89,3%.

Por otro lado, se estima una pérdida de más de 4,2 millones de viajeros hoteleros (-72,5%) y más de 15,6 millones de pernoctaciones, un 77% menos, desciende el grado de ocupación medio en más de 40 puntos porcentuales, y la estancia media pasa de los 3,5 días a los 1,9 días. Bajan también los viajeros registrados en apartamentos, campamentos y alojamientos rurales de la provincia un 69,4%.

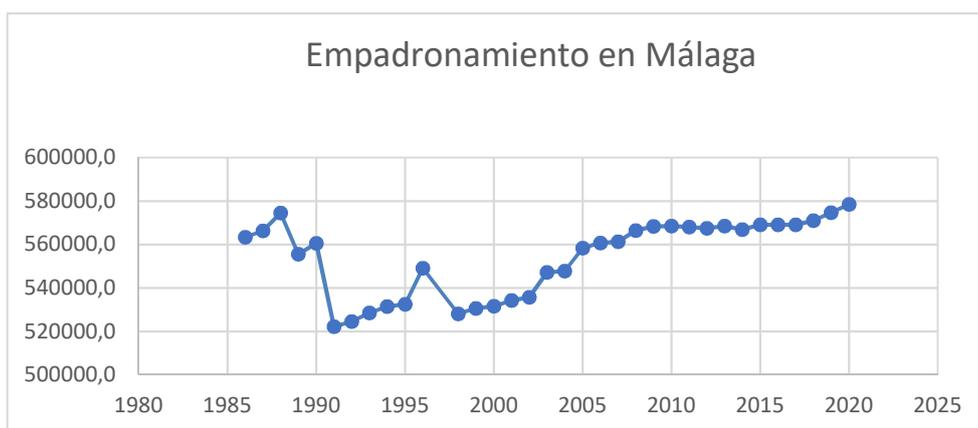
Como resumen general, las cifras globales de 2020 son las siguientes: la Costa del Sol ha recibido 3,7 millones de turistas y la actividad turística ha generado en la provincia unos ingresos de 4.090 millones de euros.

En conclusión, el sector turístico de Málaga llevaba registrando hasta el año 2019, un fuerte crecimiento e impacto en la economía de la provincia, en el que año tras año aumentaba el número de viajeros, el número de reservas hoteleras y el número de empleo y actividades unidas a este sector que se ha visto muy afectado por la pandemia. Como se observa es uno de los principales destinos turísticos del mundo y ofrece una calidad de servicio y una riqueza cultural, muy difícil de superar, es por ese motivo que esta ciudad crece año tras año y por lo que este sector es un motor para la economía de la ciudad.

### 5. Nuevas Oportunidades.

Muchas personas han elegido Málaga para mudarse en el año de la pandemia. Se ha convertido en la provincia que más población ha ganado en 2020. En un año se han empadronado un total de 1.694.089, un aumento del 0,5%, según el Padrón Continuo, publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE). El teletrabajo es uno de los motivos el otro, es el Brexit, ya que más de un tercio de los nuevos habitantes son británicos.

**Figura 20.** Número de empadronamientos en Málaga



Fuente: INE(2020), elaboración propia.

Según los datos estadísticos España perdió más de 106.000 personas en el año pasado. Las muertes a causa del coronavirus, al igual que su impacto en los movimientos migratorios o la caída de la natalidad. La población como por ejemplo Madrid disminuyó en 34.297 vecinos durante 2020. Hasta 35 de las 50 provincias disminuyeron población. En cambio, Málaga lideró el crecimiento. De sus 8.169 nuevos vecinos, la mayor parte, 5.433 (el 66%) son extranjeros y más de la mitad proceden del Reino Unido. Según los datos del INE el año 2014 fue el último año en el que Málaga sufrió un descenso de población a partir de ese año es todo al alza.

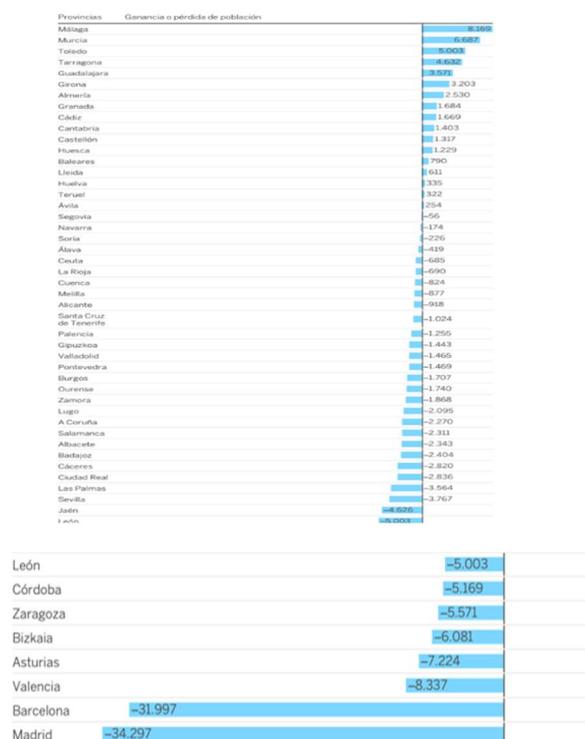
Tal como señala Diputación Provincial de Málaga (2020) dispone de estudios que auguran un crecimiento mayor que otras grandes provincias a lo largo de la próxima década, pero creen que el contexto de crisis sanitaria ha acelerado el proceso,

se cree que buena parte de estos movimientos, apostaron por mudarse tras el confinamiento y la explosión del teletrabajo. Esta conclusión es coherente con el hecho de que, en Andalucía, todas las provincias litorales ganaron población y las de interior la perdieron el último año.

Después de promocionarse durante años como ciudad ejemplar para acoger oficinas, la capital malagueña ha cambiado su discurso en los últimos meses. Ahora Málaga se ofrece como el destino para trabajar a distancia. El Ayuntamiento de Málaga inició en febrero una campaña destinada a atraer teletrabajadores, con una web que recoge información de interés que ya ha recibido 30.000 visitas y más de 500 consultas, principalmente desde España, Alemania, Holanda y Argentina. El proyecto Málaga WorkBay “El teletrabajo es el primer paso para que las empresas decidan abrir oficina aquí”, señala la concejala de Turismo y Promoción de la ciudad, Rosa Sánchez.

El anuncio de Google de abrir un centro de ciberseguridad junto al Puerto de Málaga, ha creado una oleada de numerosas empresas que quieren copiar a google y trasladarse a la costa del Sol, en una nueva época económica en la ciudad de Málaga, es decir, ya no es solo un destino con fines turísticos de sol y playa, ahora la ciudad se ha convertido en un destino del llamado turismo de trabajo. (Sánchez, 2021).

**Figura 21. Evolución de la población 2020**



Fuente: INE, El País 2020.

## 5.1 Málaga Workabay.

La capital malagueña se ha erguido como punto de recepción de aspirantes de todo el mundo que desean residir y trabajar desde Málaga, para sus respectivas empresas. El interés por esta ciudad se ha multiplicado con la pandemia de coronavirus unidas a las continuas restricciones de movimiento, ha obligado a millones de empleados en todo el país a trabajar de forma remota desde casa.

Los expertos dicen que esta crisis actual del coronavirus ha actuado como un acelerador de tendencias y seguirá en un futuro. Así lo explica Rosa Sánchez alcaldesa de turismo, "Teletrabajo comprobado durante la pandemia; Todos pudimos trabajar desde casa y fue la confirmación de lo que sabíamos que podía pasar, de lo que podíamos hacer, pero no sucedió, así que en febrero lanzamos una plataforma, Málaga WorkBay, queremos que sea el canal de asesoramiento o recepción a través de una página web para todas las personas que piensan que quieren trabajar en Málaga", dijo, y agregó: "Ese es el trabajo. Brindarles información sobre lo que puedan necesitar en cada momento de su vida, desde los recién graduados hasta los que llegan con sus familias, a los que llegan solos y quieren vivir en la ciudad. Hay mucha información en el portal, "desde datos de vecindarios hasta información sobre vivienda, escuelas internacionales, muy importante para los expatriados que viajan con la familia".

Los principales visitantes de Europa, muchos trabajadores remotos que vienen de los Países Bajos, Alemania y los países nórdicos, del exterior de Europa, se resaltan los procedentes de EE. UU, Argentina, Colombia y México. El perfil básicamente personas y trabajadores con gran poder adquisitivo de todas las edades que quieren instaurarse en Málaga, especialmente relacionados con los sectores de las nuevas tecnologías y la información (Sau, 2021).

Según la nota de prensa publicada en agosto por la Diputación de Málaga (2021) el pacto que han alcanzado Airbnb, Turismo Costa del Sol y el Ayuntamiento de Málaga para impulsar las estancias de larga duración y convertir el Málaga en un destino de de nómadas digitales. Airbnb, Turismo Costa del Sol y el Ayuntamiento de Málaga, anunciaron el pasado agosto un acuerdo de colaboración para promocionar las estancias de larga duración y posicionar a la provincia como residencia temporal de nómadas digitales y trabajadores a distancia.

Esta propuesta inspirada en estos momentos los cuales se busca compaginar trabajo con la vida privada desde cualquier lugar remoto, La multinacional Airbnb junto a Costa del Sol-Málaga, y el Ayuntamiento de Málaga, dentro de la campaña WorkBay han creado un programa llamado "Vive, trabaja y conecta en Málaga". La pandemia del COVID-19 ha acelerado los cambios que se venían produciendo. En España según los datos publicados en INE 2021 las estancias de larga duración supusieron el 30% de las reservas realizadas en el primer trimestre de 2021 y según las encuestas publicadas por Caixabank en marzo de 2021 un 60% de los trabajadores prefieren el trabajo híbrido en el cual se combina el teletrabajo y el físico.

La propuesta que lleva en marcha Airbnb la cual quiere seguir ayudando a distintos destinos para que aprovechen esta oportunidad. A raíz del aumento del número de personas que visitan Málaga por trabajo, por proyectos temporales y para trasladarse con la familia, las reservas en estancias más largas también se han incrementado. Según el informe Airbnb Travel & Living (2021), a nivel global, el porcentaje de reservas de estancias de 28 días o más en Airbnb aumentó en el primer trimestre de 2021 un 10% con respecto a 2019.

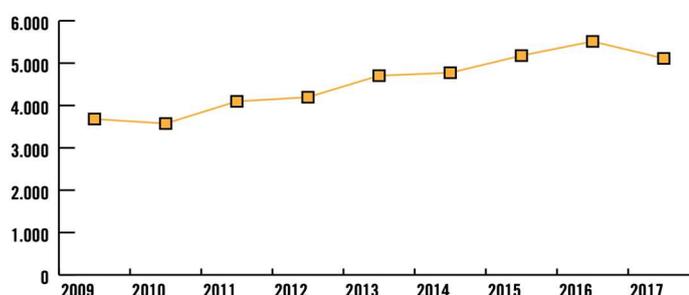
Tal y como ha manifestado el presidente de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, quien se ha congratulado del acuerdo “La pandemia del COVID-19 ha precipitado infinidad de cambios significativos. En este sentido el teletrabajo es una tendencia que ha llegado para quedarse y cada vez son más los que deciden trabajar desde casa. En este contexto la Costa del Sol es ideal para ellos, ya que pocos lugares reúnen en un mismo destino tantos atractivos (parajes naturales, enclaves privilegiados, un gran patrimonio, la hospitalidad y claro, su excelente gastronomía).”

“Creemos que los viajes están cambiando y los viajeros no solo están viajando, sino que también están utilizando Airbnb para vivir. Este programa es un esfuerzo conjunto para apoyar a la ciudad de Málaga y a la provincia en su recuperación post-pandémica y a los miles de negocios y trabajadores que dependen de la industria local del turismo”, Mónica Casañas, directora general de Airbnb Marketing Services SL.

### ¿Qué buscan en Málaga?

No solo empleados remotos, también empleados altamente cualificados conseguirán puestos de trabajo en empresas de tecnología que están a punto de instalarse en Málaga o las que ya están allí, duplicando sus respectivas participaciones (Google, Dekra, Vodafone, Globant o TDK). Una ciudad muy completa que ofrece muchas ventajas: clima, gastronomía, cultura, ubicación, conexión por aeropuerto, AVE con Madrid en dos horas. Y luego hay una apuesta que se ha hecho a lo largo de los años como ciudad para trabajar, vivir e invertir, el concepto resume muy bien lo que está pasando en Málaga, se reciben visitantes, el turismo se ajusta en todo el año.

**Figura 22.** Sociedades mercantiles creadas en Málaga 2017.



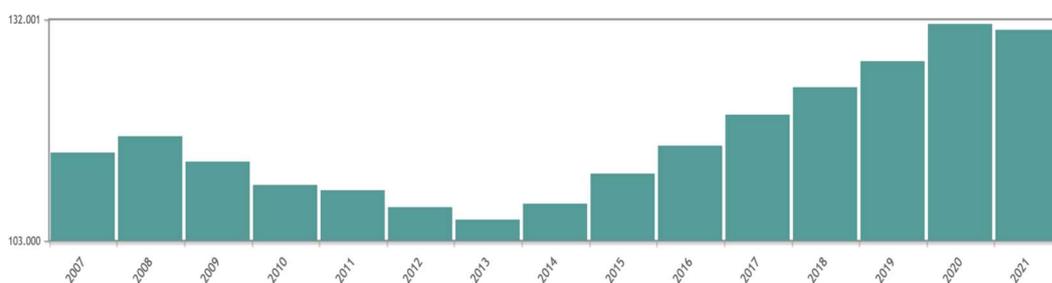
Fuente: INE (2017).

**Figura 23. Sociedades Mercantiles creadas en Málaga 2017**

AÑO 2017	SOCIEDADES ANÓNIMAS	SOCIEDADES LIMITADAS
MÁLAGA	11	5.100
SEVILLA	10	3.658
GRANADA	4	1.427
ALMERÍA	3	1.488
CÁDIZ	4	1.412
CÓRDOBA	0	1.048
HUELVA	0	664
JAÉN	2	548
<b>TOTAL ANDALUCÍA</b>	<b>34</b>	<b>15.345</b>

Fuente: INE (2017).

**Figura 24. Número de empresas en Málaga.**



Fuente: INFE (2021).

Málaga Workabay ha recibido más de 30.000 visitas desde febrero y más de medio millar de solicitudes, y “vemos que las empresas locales se adaptan y ofrecen servicios a los trabajadores remotos: p. Ej.: Compañía de seguros, servicios inmobiliarios que ayudan a las personas que vienen a ver una casa, Consejo legal; La asesoría fiscal y la contabilidad los ayudan con impuestos, asuntos legales, visas, permisos de trabajo: los negocios locales están muy interesados en eso” (Sánchez, 2020).

Las llegadas tienen un gran poder adquisitivo, que consumen dentro del territorio y hacen de Málaga una ciudad de negocios; Es un complemento perfecto, quien viene a vivir aquí, alquila o compra una casa, consume en los restaurantes o tiendas de su distrito, o en excursiones y hoteles en las provincias. (Sau,2021).

## 5.2 Málaga el nuevo Silicón Valley de Europa.

Málaga es como la Silicon Valley del Sur de Europa, un ecosistema tecnológico capaz de acoger a empresas de primer nivel como Dekra, Google, TDK, Vodafone o Globant, y ofrecerles servicios, además de mano de obra cualificada. Se hablaba de “el Málaga Valley”, que trataba de atraer a Málaga, en un momento en el que ni pensábamos que pudiéramos vivir esto que se está produciendo ahora, empresas y grandes ejecutivos que venían a Málaga unos días, con lo que se estaba haciendo, no sé si llamarlo Silicon o Málaga Valley, lo importante es seguir adelante con esto cual-

quiera que sea el nombre y seguir avanzando». Las empresas tecnológicas van a generar trabajo para perfiles muy cualificados, relacionados con las nuevas tecnologías, con cierta experiencia, «no vamos tanto al perfil de recién licenciados, como puestos intermedios con tres o cinco años de experiencia. Y estos trabajadores vienen con sus familias». (Sau, 2021).

Málaga sigue dando pasos gigantes para posicionarse en un lugar alto en la carrera tecnológica. La empresa Vodafone se une a la estrategia de crecimiento de la Costa del Sol, en la creación de su centro europeo de desarrollo e investigación de I+D+i. La ciudad se ha visto bien guiada en estos años y lo podemos ver como por ejemplo la entrada del fondo de inversión sueco EQT como accionista mayoritario de la empresa malagueña Freepik; la elección de la Fundación MWCcapital para desarrollar el Mobile Week. No solo este boom empresarial es el que está viviendo la capital malagueña, es de destacar los próximos proyectos de grandes envergaduras en los que se está trabajando para así impulsar aún más esta ciudad como son, Picasso Towers, Torre del Puerto o Torres Repsol.

### 5.3 Controversias

El turismo se ha convertido así en el sector productivo de mayor importancia para el territorio, transformándolo por completo, como también a su sociedad y a su economía. Sin embargo, la apuesta por el crecimiento turístico que ha protagonizado la ciudad de Málaga ha traído consigo la aparición de impactos negativos que han sido más notables conforme han ido creciendo las cifras del sector dando lugar a conflictos en este espacio turístico (Navarro-Jurado, Romero-Padilla 2019), se pueden identificar tres casos de conflicto en la ciudad de Málaga motivados por el crecimiento turístico.

La torre del puerto de Málaga supone la construcción de un rascacielos de 27 plantas y 116 metros, en terrenos públicos portuarios (Sánchez 2021), lo cual deriva en la transformación de la zona. En oposición se ha constituido la Plataforma Defendamos Nuestro Horizonte. Torres Repsol. Este proyecto pretende la construcción de cuatro rascacielos dirigidos a viviendas y oficinas, uso hotelero y zonas comerciales, equipamiento de dominio público, cuatro torres para 400 VPO y un parque (Jiménez,2020). Surge en 2016 la Plataforma Ciudadana Bosque Urbano Málaga, proponiendo como alternativa convertir los terrenos en una gran área de bosque urbano con especies vegetales autóctonas mediterráneas.

Su propuesta parte del uso como zona verde que estaba establecido en los PGOU anteriores. Centro Histórico de Málaga. En este caso el conflicto es derivado de los procesos de turistificación y gentrificación acelerados. El principal problema que se percibe es la convivencia entre la población local residente y los turistas ante una situación de crecimiento turístico, especialmente la de alojamiento. Este caso es de vital importancia, ya que el desarrollo del turismo está tan presente en el espacio que cualquier planificación integra esta actividad como centro de cualquier proyección (Navarro et al. 2019). La Asociación de Vecinos Centro Antiguo de Málaga se

constituyó en 1992 y ha comenzado a actuar contra estos aspectos. (Santos-Izquierdos, Montiel, Romero (2021).

## 6. Conclusiones.

El objetivo de este trabajo era analizar y estudiar, como influye en el sector turístico y la fuerza que ejerce en la economía de un país y más concretamente en una ciudad como Málaga, más concretamente las Costa del Sol, el turismo. Para ello, se ha hecho análisis y comparativas de año tras años y se ha estudiado la evolución de los datos anualmente.

En primer lugar, cabe resaltar que Málaga por su ubicación geográfica y por sus condiciones, es una de las ciudades europeas, más atractivas turísticamente. Nuestros resultados muestran como influencias que pueden ejercer diversas variantes como son catástrofes naturales, pandemias, guerras, etc... sobre el sector turístico, son muy agudas, y afectan de manera muy significativa a este sector más concretamente en enclaves en la que su principal fuente económica es la llegada de turistas. En concreto la Costa del Sol se ha visto azotado por multitud de influencias negativas que han frenado o atascado el crecimiento continuo.

Estos hallazgos contribuyen al conocimiento de la cuestión de la actividad terciaria como motor económico principal, que ha sido utilizado como impulso para crecer y posicionarse en uno de los principales polos económicos de España. Estos resultados son interesantes ya que a lo largo de la historia y cómo podemos comprobar la ciudad ha girado en torno a la atracción de personas de todo el mundo y promoviendo las cualidades que la hacen única frente a otros destinos. Se ha podido comprobar que en situaciones donde factores externos, actualmente la pandemia, el sector, es de lo más afectado, pero se debe destacar que al girar todo sobre este punto, ha hecho que sectores como la hostelería, el transporte y multitud de sectores que tienen influencia directa hayan entrado en una espiral contractiva que ha perjudicado a ese crecimiento.

La parte positiva, que se ha observado, es al gran camino que se ha recorrido y el cambio de tendencia que está viviendo la Costa del Sol en estos momentos donde además de atraer turismo llamado comúnmente de “Sol y Playa” se ha enfocado en atraer otras fuentes de crecimiento, como se observa en los proyectos de Workbay o la próxima construcción del centro de ciberseguridad de Google, el cual ha supuesto un efecto llamado para muchas empresas. En definitiva, parece que los caminos que se están tomando son los correctos para construir un futuro sostenible y

Este estudio no está exento de limitación, como se ha comprobado, es a partir de 1959, que hay datos y conocimientos fiables. También cabe resaltar que hay mucha información de los niveles desastrosos que ha supuesto esta pandemia económicamente para la ciudad que no se han expuesto, se intentan no mostrar o no han sido contabilizados aún, en cualquier caso los datos obtenidos no han sido nada positivos, aunque es en este momento donde podemos ver que hay una ligera mejoría.

## Bibliografía

- Ahmad, F., Draz, M., Su, L., Ozturk, I., & Rauf, A. (2018). Tourism and Environmental Pollution: Evidence from the One Belt One Road Provinces of Western China. *Sustainability*, 10(10), 3520. <https://doi.org/10.3390/su10103520>
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884. <https://doi.org/10.1080/00036840110058923>
- Balance del año turístico. (2019). CEOE. “Balance del año turístico 2019” *Confederación española de organizaciones empresariales*.
- Blake, A., Arbache, J. S., Sinclair, M. T., & Teles, V. (2008). Tourism and poverty relief. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 107–126. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.06.013>
- Brida, J. G., Pepeyra, J. S., & Devesa, M. J. S. (2008). Evaluating the Contribution of Tourism to Economic Growth. *Anatolia*, 19(2), 351–357. <https://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687079>
- Campos-Soria, J. A., Inchausti-Sintes, F., & Eugenio-Martin, J. L. (2015). Understanding tourists’ economizing strategies during the global economic crisis. *Tourism Management*, 48, 164–173. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.019>
- Caneday, L., & Zeiger, J. (1991). The Social, Economic, and Environmental Costs of Tourism to a Gaming Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 30(2), 45–49. <https://doi.org/10.1177/004728759103000210>
- Carillo, M. F., & Jappelli, T. (2020). Pandemics and Local Economic Growth: Evidence from the Great Influenza in Italy (Working Paper No. 568).
- Chingarande, A., & Saayman, A. (2018). Critical success factors for tourism-led growth. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 800–818. <https://doi.org/10.1002/jtr.2233>
- Chou, M. C. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33, 226–232. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.04.024>
- Davidson, L., & Sahli, M. (2015). Foreign direct investment in tourism, poverty alleviation, and sustainable development: a review of the Gambian hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 167–187. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.957210>
- De Vita, G. (2014). The long-run impact of exchange rate regimes on international tourism flows. *Tourism Management*, 45, 226–233. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.001>
- Dogru, T., & Bulut, U. (2018). Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence. *Tourism Management*, 67, 425–434. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.014>
- Empresa Publica para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. (2017). “Balance del año turístico en Andalucía” *Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte*.

- Eurostat. (2021). GDP and main components (output, expenditure and income). <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*, 1–6. <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2021). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687–692. <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28. <https://doi.org/10.1080/09669589708667273>
- Fernandez, N. (2021, 21 de abril). “Málaga se convierte en la provincia que más población ganó en 2020 gracias al teletrabajo”. En *El País*.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. España: Paidós
- Florida, R. (2017). *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class-And What We Can Do about*. Basic Books: New York,
- Florida, R. (2004). *The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books,
- Garza-Rodriguez, J. (2019). Tourism and Poverty Reduction in Mexico: An ARDL Cointegration Approach. *Sustainability*, 11(3), 845. <https://doi.org/10.3390/su11030845>
- Goncalves, O. (2013). Efficiency and productivity of French ski resorts. *Tourism Management*, 36, 650–657. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.008>
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283–302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4)
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Guidebook, A. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- Harba, J. N., Parteca, M., & Bujduveanu, S. (2020). From Growth, to Chaos, to Uncertainty: The Impact of the COVID-19 Pandemic on European Tourism. 6th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption. Messina, Italy, 1249–1256.
- Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32(4), 922–933. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.007>
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., Zhang, L., Fan, G., Xu, J., Gu, X., Cheng, Z., Yu, T., Xia, J., Wei, Y., Wu, W., Xie, X., Yin, W., Li, H., Liu, M., ... Cao, B. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The Lancet*, 395(10223), 497–506. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30183-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30183-5)
- Husein, J., & Kara, S. M. (2011). Research Note: Re-Examining the Tourism-Led Growth Hypothesis for Turkey. *Tourism Economics*, 17(4), 917–924. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0069>

- Inchausti-Sintes, F. (2015). Tourism: Economic growth, employment and Dutch Disease. *Annals of Tourism Research*, 54, 172–189. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.007>
- Isik, C., Dogru, T., & Turk, E. S. (2018). A nexus of linear and non-linear relationships between tourism demand, renewable energy consumption, and economic growth: Theory and evidence. *International Journal of Tourism Research*, 20(1), 38–49. <https://doi.org/10.1002/jtr.2151>
- Kaushal, V., & Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102707. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102707>
- Khoshnevis Yazdi, S., Homa Salehi, K., & Soheilzad, M. (2017). The relationship between tourism, foreign direct investment and economic growth: evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 15–26. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1046820>
- Kumar, Ronald R., & Kumar, R. (2012). Exploring the Nexus between Information and Communications Technology, Tourism and Growth in Fiji. *Tourism Economics*, 18(2), 359–371. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0117>
- Kumar, Ronald Ravinesh, Stauvermann, P. J., Kumar, N. N., & Shahzad, S. J. H. (2018). Revisiting the threshold effect of remittances on total factor productivity growth in South Asia: a study of Bangladesh and India. *Applied Economics*, 50(26), 2860–2877. <https://doi.org/10.1080/00036846.2017.1412074>
- Kumar, Ronald Ravinesh. (2014). Exploring the nexus between tourism, remittances and growth in Kenya. *Quality & Quantity*, 48(3), 1573–1588. <https://doi.org/10.1007/s11135-013-9853-1>
- Kwan, F. V. C., & McCartney, G. (2005). Mapping resident perceptions of gaming impact. *Journal of Travel Research*, 44(2), 177–187. <https://doi.org/10.1177/0047287505278997>
- Lambert, C. (2015, 4 de abril). “Welcome to Malaga, ¡the new Barcelona! Arty regeneration makes unappreciated Spanish city one of Europe's hip locations” en Daily Mail.
- Lee, C. K., & Back, K. J. (2006). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4-year longitudinal data. *Tourism Management*, 27(3), 466–480. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.11.009>
- Lee, J. W., & Brahmastre, T. (2013). Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions: Evidence from panel analysis of the European Union. *Tourism Management*, 38, 69–76. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.016>
- Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.002>
- Liu, A., & Wu, D. C. (2019). Tourism productivity and economic growth. *Annals of Tourism Research*, 76, 253–265. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.005>
- Martínez, C. (2003). *Turismo y economía en la Málaga del siglo XX*, “Tourism in the Costa del Sol” en el Congreso Europe at the Seaside. The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean Sea (1945-2000), celebrado en Palma de Mallorca los días 21 y 22 de febrero de 2003.

- Meng, X. (2014). Is a Tourism Subsidy the Best Response to the Global Financial Crisis? A Short-run CGE Simulation for Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 325–341. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.742916>
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M.-V., & Hernández-Lara, A.-B. (2019). Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377. <https://doi.org/10.3390/su11051377>
- Nowak, J.-J., Sahli, M., & Cortés-Jiménez, I. (2007). Tourism, Capital Good Imports and Economic Growth: Theory and Evidence for Spain. *Tourism Economics*, 13(4), 515–536. <https://doi.org/10.5367/000000007782696113>
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964–988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>
- Nyasha, S., & Odhiambo, N. M. (2019). Financial development and economic growth nexus: A rejoinder to Tsionas. *Economic Notes*, 48(2), e12136. <https://doi.org/10.1111/ecno.12136>
- Oxford Economic Forecasting. (2009). Will Swine Flu Push the World into Deflation?
- Page, S., Song, H., & Wu, D. C. (2012). Assessing the Impacts of the Global Economic Crisis and Swine Flu on Inbound Tourism Demand in the United Kingdom. *Journal of Travel Research*, 51(2), 142–153. <https://doi.org/10.1177/0047287511400754>
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39–45. <https://doi.org/10.1177/0047287509355327>
- Pousada, R. (2018). “Turismo durante la Guerra Civil, 1936-1939: el impacto de la guerra en un sistema turístico en formación”. *Universidad de Vigo publicación 2019*.
- Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1775621>
- Romero-Padilla et al, 2018 “Tourist destinations and creative capital: the case of costa del sol in southern Spain” *Revista de Geografía Norte Grande*, 77: 339-365.
- Saavedra Camargo, J., García Revilla, M. R., Martínez Moure, O., & Mora Forero, J. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios
- Santos-Izquierdo, F et al, 2021 “Los conflictos en los destinos turísticos durante la pandemia de La covid-19 desde La perspectiva de Los movimientos sociales. El caso de Málaga.
- Sau, J.A. (2021, 6 de diciembre). “El interés por vivir en Málaga capital para teletrabajar se dispara en todo el mundo”. En *La Opinión de Málaga*.
- Scheyvens, R. (2007). Exploring the Tourism-Poverty Nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2–3), 231–254. <https://doi.org/10.2167/cit318.0>
- Scheyvens, R., & Russell, M. (2012). Tourism, Land Tenure and Poverty Alleviation in Fiji. *Tourism Geographies*, 14(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/14616688.2011.593188>
- Shahbaz, M., Kumar, R. R., Ivanov, S., & Loganathan, N. (2017). The nexus between tourism demand and output per capita with the relative importance of trade openness and financial development. *Tourism Economics*, 23(1), 168–186. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0505>

- Siu, A., & Wong, Y. C. R. (2004). Economic Impact of SARS: The Case of Hong Kong. *Asian Economic Papers*, 3(1), 62–83. <https://doi.org/10.1162/1535351041747996>
- Su, L., Huang, S. (Sam), & Huang, J. (2018). Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(7), 1039–1057. <https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
- Szmigiera, M. (2021). Impact of the coronavirus pandemic on the global economy - Statistics & Facts. *Economy & Politics*. <https://www.statista.com/>
- Torres Bernier, Enrique, Ramírez Sanchez, Rocío, Rodríguez Diaz, Beatriz (2014). “La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la costa del Sol” *Revista Análisis Turístico*, n°18, 2º semestre 2014. Asociación española de Expertos Científicos en turismo.
- Trupp, A., & Dolezal, C. (2020). Tourism and the sustainable development goals in Southeast Asia. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 13(1), 1–16.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean Region. *Tourism Management*, 42, 207–212. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.007>
- World Tourism Organization. (2019). <https://www.unwto.org/>. International Tourism and COVID-19.
- World Tourism Organization. (2020). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on International Tourism. <https://www.unwto.org/>
- World Travel & Tourism Council. (2020). Global Economic Impact & Trends 2020. Travel & Tourism.
- Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83, 102913. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102913>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- Zhang, H., & Yang, Y. (2019). Prescribing for the tourism-induced Dutch disease: A DSGE analysis of subsidy policies. *Tourism Economics*, 25(6), 942–963. <https://doi.org/10.1177/1354816618813046>