

Revista Iberoamericana de
ECONOMÍA, GESTIÓN Y RECURSOS
HUMANOS

<https://doi.org/10.59650/JSRE2197>

Número 3 – Marzo 2023

<http://osunajournals.es>



WANCEULEN
Journals



Revistas Iberoamericanas
Osuna Journals

©Copyright: Los autores

©Copyright: De la presente Edición, Año 2022 WANCEULEN EDITORIAL

Título: REVISTA IBEROAMERICANA DE ECONOMÍA, GESTIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Editorial: WANCEULEN EDITORIAL

Publicación semestral.

Número 3 – Marzo 2023

Disponible en Internet: <http://osunajournals.es>

ISSN: 2794-0691

WANCEULEN S.L.

www.wanceuleneditorial.com y www.wanceulen.com

info@wanceuleneditorial.com

Reservados todos los derechos. Queda prohibido reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información y transmitir parte alguna de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado (electrónico, mecánico, fotocopia, impresión, grabación, etc.), sin el permiso de los titulares de los derechos de propiedad intelectual. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita utilizar algún fragmento de esta obra.



WANCEULEN
Journals



Revistas Iberoamericanas
Osuna Journals

DIRECTORES

Carlos Chavarría Ortiz. E.U. Osuna, Universidad de Sevilla.
Olga Cremades de Molina. E.U. Osuna, Universidad de Sevilla.
Jesús Heredia Carroza. Universidad de Sevilla
Antonio Luis Leal Rodríguez. Universidad de Sevilla.

COMITÉ CIENTÍFICO

Luis Fernando Aguado Quintero Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia.
Helena Isabel Barroso Saraiva. Instituto Politécnico da Guarda.
Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla.
Maria José Carvalho de Souza Domingues. Universidad Regional de Blumenau, Santa Catarina. Brasil.
Cristóbal Casanueva Rocha. Universidad de Sevilla.
Rocío de la Fuente Martín. E.U. Osuna, Universidad de Sevilla. Wendolin Suárez.
Francisco Ganga Contreras. Universidad de Tarapacá. Chile.
Antonio Leal Millán. Universidad de Sevilla.
Milagros Martín López. Universidad de Sevilla.
Antonio Montaña Valle. Consejero Delegado Q Sostenible.
Antonio Navarro García. Universidad de Sevilla.
Ovidiu Stoica Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iasi, Rumanía.
Wendolin Suárez Amaya. Universidad de Zulia. LUZ. Venezuela.



WANCEULEN
Journals



Revistas Iberoamericanas
Osuna Journals

ÍNDICE

RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DE EXPERIENCIAS Y EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PARQUE TEMÁTICO
ISLA MÁGICA DE SEVILLA5

<https://doi.org/10.59650/QZPS3940>

Amaranta Carreño Díaz

Antonia García Parejo

HACIA EL ESTADO DEL BIENESTAR58

<https://doi.org/10.59650/GSFM7553>

María Camacho Bellido

María López Charlo

LA CRISIS DEL SIGLO XXI: ANALOGÍAS Y DIFERENCIAS 106

<https://doi.org/10.59650/IRFG9331>

María Dolores Aroca Notario

María López Charlo



WANCEULEN
Journals



Revistas Iberoamericanas
Osuna Journals

Relación entre marketing de experiencias y el comportamiento del consumidor en el parque temático *Isla Mágica* de Sevilla

Amaranta Carreño Díaz

Grado en Finanzas y Contabilidad. Escuela Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla

Antonia García Parejo

Dra. en Administración de Empresas y Marketing por la Universidad de Sevilla. Departamento de Organización de Empresas e Investigación de Mercados. Profesora en la Escuela Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla.

Resumen:

Actualmente, es difícil conseguir una conexión entre la marca y el consumidor. Las empresas llevan a cabo otras estrategias de marketing para poder alcanzar sus objetivos. Entre ellas la aplicación de marketing de experiencias. Esta investigación estudia la relación que existe entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor. La literatura existente identifica una serie de variables que sirven para conocer las experiencias en el parque temático de Isla Mágica. Se elaboró un cuestionario siguiendo una escala de Likert. A partir de los datos obtenidos se concluye que existe una correlación débil entre el marketing de experiencias y el comportamiento del consumidor en el parque temático Isla Mágica de Sevilla.

1. INTRODUCCIÓN

La sociedad está en una constante evolución por lo que el modo de vender los bienes o servicios también se ven modificados. Así es como aparece el nuevo concepto de marketing experiencial. Las experiencias son importantes para las empresas ya que a través de ellas se pueden transmitir los valores que tiene ésta. Intentan que los consumidores disfruten de unos servicios con una alta calidad y se lleven experiencias agradables.

El marketing experiencial procura que a través de los sentidos, emociones, sentimientos, relaciones y actuaciones el consumidor consiga una experiencia única y especial, que no olvide nunca.

Con el comportamiento del consumidor se puede analizar las decisiones de compra y consumo de los mismos. Para conocer dichas decisiones es necesario analizar los factores que influyen en su comportamiento. Del mismo modo, es importante conocer las opiniones de los consumidores sobre la experiencia, para poder mejorar y ajustar el producto o servicio a sus necesidades. De ahí que parques temáticos como Isla Mágica en Sevilla, busquen alternativas y basen su estrategia de marketing en las experiencias.

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

El presente trabajo se desarrolla con el propósito de analizar si existe relación entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor en un parque temático. Para ello se analizará el parque Isla Mágica en Sevilla.

En la actualidad cuando se habla de marketing se está pensando en la comercialización de bienes o servicios (Kotler, 2003). Pero a este concepto hay que añadir las experiencias (Pine y Gilmore, 1998). En el caso de consumidores de parques temáticos lo que se buscan son sensaciones y experiencias. De acuerdo con Kotler (2003) “el objetivo del marketing de experiencias es añadir drama y entretenimiento a lo que de otra forma podría suceder de una forma aburrida” (p.78). Por lo tanto, es importante conocer los estímulos de marketing que harán de la adquisición de un producto o servicio, una experiencia.

Por otra parte, es importante conocer cómo se comporta el consumidor. Existen diferentes factores que influyen en la decisión de compra. Entre ellos están, los factores culturales, sociales, personales o psicológicos (Ponce et al., 2012).

Después de la experiencia es necesario realizar un seguimiento al consumidor, para conocer cómo se ha sentido. La encuesta puede ser una herramienta útil para conocer la opinión del consumidor y sus vivencias con el producto o servicio adquirido.

Analizar el marketing experiencial y su relación con el comportamiento del consumidor es interesante desde el punto de vista de los parques temáticos. No existen estudios previos sobre esta temática, por lo que nuestro análisis adquiere mayor interés.

1.2.OBJETIVO

El objetivo de este trabajo es conocer el grado de marketing experiencial y su correlación con el comportamiento del consumidor en el parque temático Isla Mágica de Sevilla.

1.3.HIPÓTESIS

H1: Existe relación entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor en el parque temático Isla Mágica de Sevilla.

H0: No existe relación entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor en el parque temático Isla Mágica de Sevilla.

2. MARCO TEÓRICO

2.1.MARKETING EXPERIENCIAL

El marketing tradicional es ineficaz para las empresas debido a que se producen comportamientos de compra diferentes por el cambio constante en la sociedad (Pastrana et al., 2016). En el pasado las personas elegían los productos o servicios según el beneficio que podrían obtener de ello, pero actualmente cada vez más los clientes se dejan llevar por los sentimientos, las experiencias o las sensaciones que les proporciona.

Se ha creado un nuevo estilo de marketing totalmente opuesto al marketing tradicional que todos conocen. Es por ello, que las empresas buscan diferenciarse con la personalización, que el protagonista sea el consumidor o haciendo una especie de teatro donde el consumidor se sienta como en su casa.

Antes de hablar de marketing experiencial, es necesario conocer el concepto general de marketing tradicional el cual es definido como el arte de crear valor genuino para el cliente. Es el arte de ayudar a sus clientes a que se sientan mejor; las palabras claves para las personas que trabajan en el departamento de marketing son calidad, servicio y valor (Kotler, 2003).

El principal objetivo del marketing es atraer y retener clientes. Para conseguirlo se utilizan una serie de estrategias que hacen que el producto o servicio, se quede para siempre en la mente del consumidor. Por lo tanto, si el cliente se enamora del producto o servicio, se habrá convertido en un cliente fidelizado con la marca. Actualmente existe una gran competitividad así que, para fidelizar un cliente el marketing más efectivo es el experiencial (Poulsson & Kale, 2004).

Según Schmitt (2015), para fidelizar un consumidor a través del marketing experiencial enumera una serie de premisas a tener en cuenta: en primer lugar se centran en crear productos o servicios que llamen la atención a los sentidos de los consumidores, en segundo lugar se encargará de mejorar la experiencia que obtienen los consumidores, en tercer lugar los consumidores para tomar ciertas decisiones serán seres racionales y emocionales y por último el marketing experiencial utilizará métodos y herramientas analíticas, cuantitativas, intuitivas y cualitativas.

De ahí que se deba analizar con mayor profundidad el concepto de marketing experiencial y sus tipologías.

2.1.1. Experiencia y concepto de Marketing Experiencial

Los mercados han evolucionado a lo largo del tiempo. El consumidor ha pasado de centrarse en el producto o servicio a primar la experiencia que le produce la compra. Es ahí donde intervienen las emociones, sentimientos, vivencias, etc. “Las experiencias son inherentemente personal, que existe solo en la mente de un individuo que ha estado comprometido en un emocional, nivel físico, intelectual o incluso espiritual. Por lo tanto, no hay dos personas que puedan tener la misma experiencia” (Pine y Gilmore, 1998, p.99). Es decir, tanto las personas como el marketing van evolucionando simultáneamente.

La definición de experiencia depende del contexto al que se quiera referir. En este caso será en función al marketing. No existe una definición sistemática de experiencia relacionada que venga relacionada con el marketing (Poulsson y Kale, 2004). Además, de que no somos capaces de diferenciar experiencias diarias, con la experiencia comercial que no es otra que las diversas ofertas proporcionadas por las industrias del entretenimiento y ocio.

Según Pine y Gilmore (1998), las empresas para crear experiencias utilizan los bienes y servicios como escenario y accesorios involucrando a los clientes para que creen un momento memorable. Pero para crear este momento hay que tener en cuenta que tanto las experiencias como los bienes y servicios tienen sus propias cualidades, peculiaridades y desafíos de diseño.

Rizo (2002), afirma que tradicionalmente, existen dos tipos de experiencias que el consumidor sufrirá, como es la experiencia externa utilizada desde Demócrito hasta el neopositivismo donde se relaciona los sentidos con la concepción autosuficiente del objeto. Por otro lado, se encuentra la experiencia interna la cual es incapaz de separar el sujeto del mundo en el acto de conocer, ésta es utilizada por Heráclito y Gorgias.

A partir de la experiencia nace el marketing experiencial. Un nuevo enfoque del marketing creativo e innovador. El marketing experiencial utiliza los sentimientos, emociones y sensaciones para crear una gran experiencia que nunca se olvide y así poder fidelizar a los clientes (Pastrana et al., 2016). Hasta llegar al concepto que hoy se conoce se ha realizado una serie de estudios:

El primero fue en los años 80 cuando Holbrook y Hirschman (1982), realizaron un estudio basado en el comportamiento del consumidor. De él obtuvieron dos resultados, uno sobre la selección que realizan los clientes dependiendo del procesamiento de información y el otro sobre la experiencia y la influencia de esto en la toma de decisiones. Estos autores fueron los primeros en realizar el primer registro en la literatura que plantean el marketing como una experiencia para poder satisfacer mejor a los clientes.

El segundo, cuando Pine y Gilmore (1998) en “Welcome to the Experience Economy” establecen cuatro tipos de experiencias conocidas como “Los Cuatro Reinos de la Experiencia”, las cuales son la experiencia de entretenimiento, la experiencia educativa, la experiencia escapista y la experiencia estética. De acuerdo con Moral y Fernández (2012):

- *Experiencia de entretenimiento*: se relaciona con el entretenimiento de los consumidores.
- *Experiencia educativa*: en este caso los consumidores tienen deseos de aprender y aumentar los conocimientos que ya posee, es por ello que utilizarán su mente.
- *Experiencia escapista*: aquí es donde ocurren las experiencias de los parques de atracciones, donde el consumidor participa activamente y se encuentra inmerso en ella.
- *Experiencia estética*: se caracteriza por la observación y disfrute que realiza el consumidor en un espacio, por ejemplo, un museo, parques naturales, etc.

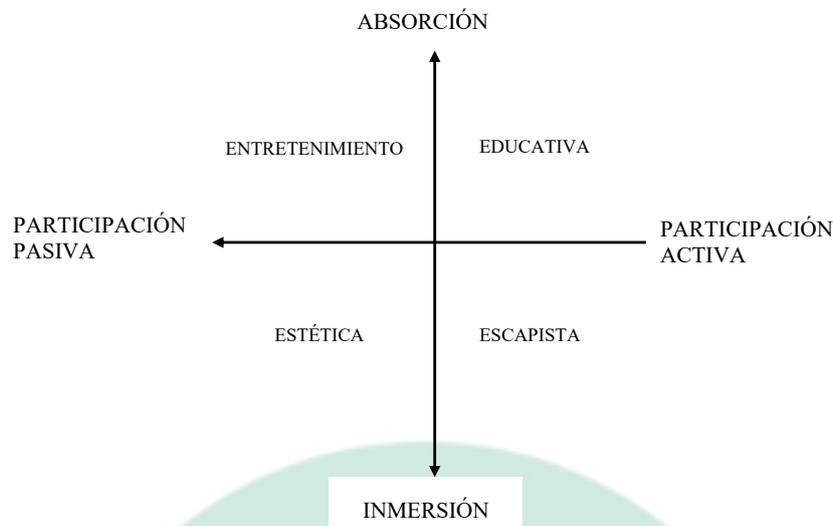


Figura 1. Los Cuatro Reinos de la Experiencia. adaptado de Welcome to the Experience Economy, por Pine & Gilmore, 1998, Harvard Business Review, p.102.

Por último, Schmitt (2015), crea un nuevo enfoque del marketing experiencial basado en los estudios anteriores, que denominó módulos experienciales estratégicos (SEMS). Según Schmitt (2015) “los SEMS son módulos experienciales estratégicos que los gerentes pueden usar para crear diferentes tipos de experiencias para sus clientes” (p.22). Se componen de cinco módulos dependiendo de la experiencia que se quiera ofrecer. Como son las sensaciones, los sentimientos, los pensamientos, las actuaciones y las relaciones. De estas experiencias surgen los cinco tipos de marketing experiencial.

2.1.2. Tipos de Marketing Experiencial

Los 5 tipos de marketing experiencial son:

Marketing de sensaciones:

Se utilizarán los sentidos de las personas para crear una experiencia sensorial y así poder diferenciar la empresa del resto de competidores. De acuerdo con Krishna (2012) “el marketing sensorial es el marketing que involucra los sentidos de los consumidores y afecta su percepción, juicio y comportamiento” (p. 332). El marketing de sensaciones se basa en los cinco sentidos olfato, vista, gusto, oído y tacto. Este tipo de marketing es de gran utilidad para analizar la calidad de los bienes o servicios a través del olor, sabor, textura o color.

El primer sentido que desarrollan las personas es el tacto, aunque también es el último que se pierde con la edad. Después del tacto, los sentidos se

desarrollan siguiendo el siguiente orden, el olfato, el gusto, la audición y por último la visión (Krishna, 2012).

Es importante crear un entorno o atmósfera, donde la empresa juegue con los sentidos de las personas y la experiencia sea de mayor calidad. Los componentes de la atmósfera son:

Tabla 1. Componentes de la atmósfera

FACTORES	EJEMPLOS
Táctiles	Temperatura y materiales
Gustativos	Textura, sabor y temperatura
Olfativos	Olores naturales y artificiales
Visuales	Luces, colores, materiales, diseño
Sonoros	Ruido y música

Nota. Esta tabla ha sido adaptada de “L’influence des facteurs d’ambiance sur le comportement du consommateur: musique ou silence?”, de Ben Lallouna Hafsia et al, 2008, La Revue des Sciences de Gestion, 234(6), p.99 (10.3917/rsg.234.0097).

Aunque actualmente, las empresas utilizan esta atmósfera de sentidos para que los clientes tengan una experiencia de mayor calidad, esto fue introducido en el mundo del marketing poco a poco. Según Jiménez y Zambrano (2018) el primer sentido que utilizaron fue la vista, creando grandes campañas de publicidad. Después le ponían canciones pegadizas para que no se puedan sacar de la cabeza la marca. En 1970, fue cuando utilizaron los perfumes para ambientar el establecimiento y crear experiencias más gratificantes. Los últimos sentidos como son el gusto y el tacto tardaron más en incluirse en el marketing, ya que sucedió en 1990.

Marketing de sentimientos:

Utilizan los sentimientos más internos para poder crear experiencias afectivas que recuerden el bien o el servicio a la marca positivamente. Hay veces que resulta difícil crear estas experiencias porque no es fácil empatizar con el cliente. Pero si el consumidor finalmente es fidelizado por la empresa, aunque otras de la competencia tengan menores precios o mejores cualidades, el consumidor elegirá dicha marca (Schmitt, 2000).

Además, los consumidores prefieren que se les trate de una manera personalizada ya que con ello sentirán que son importantes para la marca. Con todo ello conseguirán que la experiencia sea de mayor calidad.

Para poder crear dicha lealtad a la empresa hay que tener en cuenta el que el individuo desarrolle una serie de sentimientos positivo y esto normalmente

se realiza durante el consumo. Pues las sensaciones y emociones de los consumidores influyen bastante en su experiencia. Las empresas usarán los sentimientos y emociones más internos como son el amor, la alegría, el enfado, el miedo, la vergüenza, la satisfacción, la soledad, etc. para conquistar a los consumidores.

Según Loyola y Meyer (2015) para atraer a clientes las empresas utilizarán el marketing de sentimientos a través de la publicidad, productos y nombres, ya que así se creará la imagen que se quiere proyectar a los consumidores para que puedan recordarlos y persuadirlos para poder mantener o incrementar las ventas de los bienes o servicios.

En este tipo de marketing influye en gran medida el sentido del oído, ya que es el más utilizado para despertar emociones y sentimientos. Para meterse en la mente de los consumidores, utilizarán la música. A través de una música lenta conseguirán que los clientes estén más tranquilos y aumenta la probabilidad de que compren o consuman. Mientras que con una música rápida, los clientes realizarán la compra mucho más rápido y eso conlleva que aumente su satisfacción (Jiménez y Zambrano, 2018).

Marketing de pensamientos:

Debe intentar que el pensamiento divergente y convergente sean desarrollados por los consumidores. El pensamiento convergente o pensamiento racional se utilizará para encontrar una única solución lógica para resolver un problema, mientras que el pensamiento divergente se relaciona con la creatividad y el poder encontrar la mejor solución a un problema (Loyola y Meyer, 2015).

Las organizaciones crean experiencias para resolver los problemas de los clientes de una forma creativa, a través de la provocación, sorpresa e intriga. Cuando se tiene un problema la empresa intenta que los consumidores piensen e influir en el pensamiento que tienen para que tomen una decisión acorde con la empresa.

Por ello, el conocer el funcionamiento del cerebro del consumidor es de vital importancia para las empresas. Para entender desde cómo influye la información que la empresa transmite hasta la decisión que toman.

Marketing de actuaciones:

Utiliza el comportamiento y el estilo de vida para crear las experiencias. Con el fin de poder mejorar el nivel de vida de los clientes, ya que se le ofrecen

otros puntos de vista para realizar sus tareas cotidianas. Es por ello que las empresas deberán estar al día con los cambios o mejoras que suceden en la sociedad para poder ofrecer un bien o servicio más acorde.

Para que funcione adecuadamente este tipo de marketing, es necesario que el consumidor actúe de manera activa. Afectará a sus experiencias corporales, conexiones con su entorno y su estilo de vida para enriquecer la vida del consumidor a través de la experiencia (Nieto y Pérez, 2017).

Esto es lo que sucede cuando las personas con un gran número de seguidores en redes sociales, deportistas famosos o actores importantes enseñan un producto o un modo de vida y los consumidores tienden a seguirlos haciendo que cambien su modo de vida (Loyola y Meyer, 2015).

Marketing de relaciones:

Según Nieto y Pérez (2017) contiene aspectos de los anteriores (sensaciones, sentimientos, pensamientos y actuaciones), pero va más allá de todos ellos ya que lo que se quiere conseguir es la superación personal del individuo y que sea aceptado por la sociedad. Además, se busca relacionar la persona con su entorno.

Está claro que las personas somos seres sociales por naturaleza, para poder llevar a cabo nuestra vida es necesario relacionarse con un amplio y diferente número de personas. Según Magro (2013) “la relación implica una conexión con otras personas, grupos sociales o con una entidad social más amplia” (p. 35). Aquí es donde intervienen las conexiones con los grupos de referencias, como son la familia o los amigos, es decir, personas de total confianza. Mientras que por otra parte, se encuentran las relaciones con personas a las que no se conoce en persona pero que se siente admiración por ellas.

Comercialmente, pretende la fidelización del cliente a la marca, y que se mantenga una relación duradera en el tiempo (Verhelst, 2020).

Loyola y Meyer (2015) realiza una clasificación de los consumidores dependiendo de cómo actuarán, por una parte, se encuentran los consumidores que piensan que al comprar o consumir el bien o servicio, ya son parte de la marca. Por otro lado, se encuentran los consumidores que actuarán de la manera en la que se espera que se comporten.

En conclusión, las empresas utilizan las sensaciones, los sentimientos, los pensamientos, las actuaciones y las relaciones para crear un vínculo con el cliente, puesto que si la experiencia ofrecida es adecuada y sorprendente es probable que el cliente siga siendo fiel a la marca. Además, Loyola y Meyer (2015)

afirman que las sensaciones, sentimientos, pensamientos, actuaciones y relaciones si se separan son solo un tipo de experiencia, ya que juntas lograrán crear la experiencia holística que toda empresa desea encontrar.

2.2. TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.2.1. Consumidor y su comportamiento.

Cuando las empresas deciden lanzar un nuevo producto o servicio, es necesario conocer si éste será acogido por el consumidor. Además, analizar el comportamiento del consumidor hará que la empresa obtenga una gran ventaja al conocer las necesidades específicas que tienen dichos consumidores. Según Corona (2012) “las empresas deben tomar en cuenta que el consumidor es un individuo con fuerzas psicológicas y con un contexto social y cultural tan diverso que debe ser estudiado de forma permanente” (p. 6).

Por lo tanto, se estudiarán los comportamientos de las personas para ver como obtienen, usan y consumen los bienes y servicios. También el porqué, dónde, frecuencia y condiciones que se producen y tratarán de entender y explicar dichos comportamientos que realizarán los consumidores (Alonso y Grande, 2013).

El comportamiento del consumidor se define como “el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades” (Schiffman et al., 2010, p. 25).

De acuerdo con Paul & Olson (2006) el comportamiento del consumidor es dinámico porque a cada momento los pensamientos, sentimientos y acciones que realiza el consumidor se va modificando. También abarca interacciones de las personas a través de los pensamientos, sentimientos y acciones, y por último el comportamiento del consumidor hace que los consumidores se encuentren en constante intercambios ya que entregan algo de valor para recibir otra cosa de más valor.

Existen dos tipos de consumidores: consumidor personal y consumidor organizacional. El consumidor personal es aquel que compra los bienes y servicios para ellos mismos, para su casa o para regalar. Mientras que el consumidor organizacional serían los negocios, dependencias gubernamentales o instituciones que para llevar a cabo su actividad principal necesitan adquirir una serie de bienes o servicios (Schiffman et al., 2010). Para cualquier organización, es importante conocer cómo se comportan los consumidores.

2.2.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

Para que los consumidores elijan finalmente el producto o servicio de la empresa, éste se verá afectado por una serie de factores, tanto externos como internos. Los factores externos se desglosan en culturales y sociales, mientras que los factores internos se dividen en personales y psicológicos.

A continuación, se detallan los **FACTORES EXTERNOS:**

CULTURALES:

Según se va creciendo las personas van obteniendo diferentes valores, comportamientos o preferencias que se le va inculcando desde la sociedad, por lo tanto, la cultura, subcultura o las clases sociales es un factor muy importante a la hora de cómo se comportan los consumidores (Ponce et al., 2012).

- *Cultura*: “son todos los conocimientos, creencias, arte, rituales, normas morales, costumbres y cualquier otra capacidad o hábito adquirido por el hombre como miembro de una sociedad” (Daniela, 2016, p. 14). La cultura forma parte del individuo ya que determina prácticamente todo su entorno. Tal y como los individuos están en constante cambio, la cultura también lo está.
- *Subcultura*: se define como “grupo cultural distintivo que existe como un segmento identificable de una sociedad más amplia y más compleja” (Schiffman et al., 2010, p. 374).
- *Clase social*: siempre han existido las divisiones que se desarrollan en la sociedad que hace que organice a las personas dependiendo del nivel de ingresos, su educación o su trabajo. Dependiendo de todas estas variables se podrá ascender o descender de una clase a otra.

SOCIALES:

Toda persona desea poder pertenecer a un grupo ya que somos seres sociales, y durante lo que dura la vida se pertenecerán a distintos grupos de referencias, como son la familia, los amigos, compañeros de trabajo, etc. Aunque existan diferentes grupos, el más importante será el de la familia, ya que las influencias de estas personas afectan a los movimientos que realizará el individuo (Daniela, 2016).

- **Grupos de referencia**: según Corona (2012) son grupos donde ayudan a las personas para la toma de decisiones de compra o consumo.

Se clasifican en: grupos de pertenencia, grupos de aspiración o grupos disociativos.

- **Grupo de pertenencia** se divide a su vez en dos grandes grupos, primarios o secundarios. El grupo primario se define como la relación que existen entre personas pero que son cara a cara y con frecuencia, como por ejemplo la familia, los amigos, etc. El grupo secundario es el individuo que no se interesa por el resto del grupo y existe una serie de normas que aplican al resto, como son las asociaciones religiosas, las sindicales, etc. (Ponce et al., 2012).
- **Grupo de aspiración**, son personas que el consumidor no conoce pero que llega a admirar como los actores, futbolistas, modelos, etc. (Gómez y Sequeira, 2015). Además, son grupos a los que se desea pertenecer como podría ser la universidad.
- **Grupo disociativo**, un individuo rechaza valores o comportamientos que anteriormente poseía, por ejemplo, cuando se cambia de clase social y deja de realizar ciertos comportamientos para realizar otros (Gómez y Sequeira, 2015).

Los **FACTORES INTERNOS** son:

PERSONALES:

Dentro de este factor interno existen diferentes características personales que influyen en cómo se comporta dicho consumidor, como son la edad, el estilo de vida y la ocupación.

- **Edad:** con el paso del tiempo sobre un consumidor se puede observar que consumen diferentes tipos de bienes o servicios dependiendo del momento en que se encuentre, ya que tendrá diferentes necesidades. Kotler et al., (2011) afirma que para que el marketing sea efectivo en los consumidores, la empresa deberá trabajar en diferentes estrategias especializadas. Deberán tener trabajadores de diferentes edades y cultura.
- **Estilo de vida:** esto se puede observar en las opiniones, actitudes o intereses del consumidor, ya que es algo más que una clase social o la personalidad, además que analizando el estilo de vida los mercadólogos podrán hacerse una idea de los valores e influencia que tiene en el comportamiento de compra (Ponce et al., 2012).
- **Ocupación:** dependiendo del trabajo que disponga el consumidor podrá comprar unos bienes o servicios u otros, ya que depende tanto de las necesidades como del poder adquisitivo que tenga el consumidor. Por ejemplo, la ropa que compra una persona que trabaja en un restaurante en la playa que una persona que trabaja en la construcción. Hay una gran diferencia en

el tipo de ropa que necesita cada consumidor. Por lo tanto, es importante realizar un estudio de los grupos.

PSICOLÓGICOS:

Hay que tener en cuenta que la personalidad de una persona influye bastante en el factor psicológico, tal y como define Alonso y Grande (2013) es “la integración de todos los rasgos y características del ser humano que determinan las formas de comportamiento individuales e influye en la manera de interpretar los estímulos que nos alcanzan” (p.254). Además de la personalidad existen otros conceptos significativos como la motivación, la percepción, el aprendizaje y las actitudes.

- **Motivación:** “Es la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción” (Schiffman et al., 2010, p. 88). Esta fuerza es necesaria para que los consumidores se decidan a probar el bien o servicio de la compañía cuando tengan una necesidad.

Es aquí donde Maslow realiza la clasificación de los cinco tipos de necesidades ordenados jerárquicamente desde el más urgente al menos.

- En primer lugar, se encuentran las necesidades fisiológicas las cuales son la alimentación o la vivienda.
 - En segundo lugar, son las necesidades de seguridad que aparecen cuando las primeras estén satisfechas y se refieren a la seguridad física, la salud o las cuentas de ahorro.
 - En tercer lugar, las llamadas necesidades de sociales donde aparece el amor y amistad.
 - En cuarto lugar, con las necesidades de autoestima que se quiere obtener un cierto estatus y autoaceptación. Por lo tanto, el individuo querrá competir con los demás para conseguir fama y reconocimiento.
 - Por último, se encuentran las necesidades menos urgentes que son las necesidades de autorrealización las cuales los individuos desean realizar todo aquello que son capaces de hacer, como explotar todos sus talentos y capacidades.
- **Percepción:** es “el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo” (Schiffman et al., 2010, p. 157). Todas las personas

ven y captan lo mismo, pero dependiendo de sus cinco sentidos perciben las cosas de manera diferente.

- **Aprendizaje:** los consumidores adquieren una serie de conocimientos y experiencias que después podrán aplicar a la hora de realizar una compra (Zamora y Centeno, 2018).
- **Actitudes:** las personas disponen de actitudes para casi todos los aspectos de la vida. A través de ellas responderán a los bienes o servicios de manera positiva o negativamente (Kotler et al., 2011). Cuando los consumidores prueban por primera vez un bien o servicio desarrollará ciertas actitudes relacionado con éste.

2.2.3. Proceso de decisión de compra del consumidor.

Una vez que se ha analizado los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, es hora de estudiar cómo los consumidores elegirán el bien o servicio que desean.

A la hora de efectuar una compra se realizan una serie de etapas por donde el consumidor pasa hasta que finalmente lo compra:

- **Reconocimiento de la necesidad:** es la primera etapa del proceso de compra, la cual consiste en resolver un problema o necesidad a través de un bien o servicio determinado (Delgado et al., 2018). Las necesidades o problemas que tienen los consumidores pueden surgir a través de un estímulo interno como son las necesidades naturales de las personas (como es la alimentación) o puede surgir de un estímulo externo (desear el último iPhone) (Zamora y Centeno, 2018).
- **Búsqueda de información:** los consumidores en esta etapa se dedicarán a recabar toda la información posible sobre el problema o necesidad que tenga, podrá obtener dicha información a través de fuentes personales como son la familia o amigos, a través de fuentes comerciales con la publicidad, vendedores o distribuidores que existen, a través de fuentes públicas como son los medios de comunicación y por último se puede buscar información a través de fuentes empíricas donde se manipula, examina y se utiliza el producto (Gómez y Sequeira, 2015).
- **Comparar alternativas:** en este período lo que se busca es que el consumidor evalúe las diferentes fuentes de información, hay veces que este proceso lo realiza el propio consumidor, aunque otras veces se ayuda con la opinión de amistades o de vendedores. En este momento el consumidor conoce

perfectamente lo que el mercado ofrece, tanto en precio, calidad, cantidad, etc. y tendrá que analizar cuál es la mejor empresa (Delgado et al., 2018).

- **Decisión de compra:** normalmente los consumidores tenderán a elegir los bienes o servicios de su marca favorita, pero durante la decisión de compra pueden intervenir dos factores, el primero se trata de las actitudes de otras personas donde el consumidor se dejará influir por las opiniones de una persona que es importante para él. Y el segundo factor son los factores situacionales inesperados, es cuando se basa la compra en ingresos disponibles, el precio a pagar o beneficios a obtener. Pero si ocurre algo de última hora como una disminución de ingresos, disminución del precio o alguna persona le comunica su opinión sobre el bien o servicio, provocará una decisión de última hora (Kotler et al., 2011).
- **Evaluación posterior a la compra:** una vez que el cliente ha comprado el bien o servicio, se podrá establecer si el consumidor está satisfecho o insatisfecho. Para ello hay que analizar la relación que existen entre las expectativas que el consumidor previamente tenía con el rendimiento que ha obtenido. Por lo tanto, si las expectativas coinciden con el rendimiento el consumidor estará satisfecho. En cambio, si el rendimiento es menor el cliente estará insatisfecho y no volverá a confiar en esos bienes o servicios (Kotler et al., 2011).

En conclusión, analizar el comportamiento del consumidor brinda a la empresa una ventaja frente a los competidores. Se conocerán los gustos, los factores que incitan al consumidor y su proceso en la decisión de compra.

2.3. PARQUES TEMÁTICOS

En primer lugar, se debe distinguir un parque temático de un parque de atracciones. Asimismo, se puede afirmar que ambos tipos de parques están diseñados para crear una experiencia con diversión y emoción.

Los parques de atracciones fueron los primeros que aparecieron y son lugares con atracciones mecánicas. Los parques temáticos tienen atracciones, espectáculos y están creados con una temática específica para crear una experiencia única para el cliente. Según la definición aportada por Chamizo (2015), un parque temático es un espacio cerrado cuya finalidad es el disfrute del tiempo de ocio de los consumidores. Se crearán experiencias con el conjunto de atracciones y los espacios verdes, ya que normalmente son al aire libre.

Secall (2001) desarrolla las siguientes características que comparten todos los parques temáticos:

- Son atractivos para toda la familia. Ya que son adaptadas para todos los miembros dependiendo de la edad de cada uno.
- Los parques temáticos tendrán uno o más entornos temáticos. Por lo que podrá tener diferentes temáticas dentro de un único parque.
- Para crear un ambiente mágico, existen los entretenimientos ambientales, donde actores disfrazados, músicos, etc. realizarán una función.
- Los parques temáticos necesitan de una gran inversión.
- Normalmente, se paga una única entrada y se tendrá acceso a todas las atracciones.

Aunque los parques temáticos tienen sus orígenes en los jardines europeos modernos, las ferias, o las exposiciones universales, se sabe que el primer parque temático del mundo que se creó fue Disneyland en Anaheim, California en 1955 (Adam, 1991). Además, el primer parque temático en España fue Port Aventura en 1995 y fue el que desencadenó el rápido desarrollo de este tipo de parque en nuestro país (Martínez, 2013). Después de Port Aventura se crearon tres grandes parques temáticos como son Isla Mágica, Terra Mítica y Warner Bros.

Isla Mágica es un parque temático que está ambientado en la sociedad de Sevilla en el siglo XVI. El parque Isla Mágica de Sevilla inaugurado el 28 de junio de 1997, se encuentra en el recinto que tuvo lugar la Expo 92. Tiene una extensión de 364.711 m² y es patrimonio de la Comunidad Autónoma de Andalucía (Martínez, 2013).

El complejo cuenta con dos zonas: el parque temático y el parque acuático "Agua Mágica". El parque temático se compone de seis zonas temáticas:



Figura 2. Zonas temáticas de Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

La experiencia del consumidor en Isla Mágica sorprende desde el punto de vista de la teoría de Pine y Gilmore (1998), ya que se obtiene aspectos de los cuatro reinos de la experiencia, es decir, entretenimiento, educativo, escapista y estético.

Por último, hay que tener en cuenta las personas que visitan el parque, ya que la gran mayoría viajan en familia con hijos menores, mientras que el resto viajan con amigos. Aunque existen parques con un mayor número de turistas, Isla Mágica es un buen parque para vivir dicha experiencia.

3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1.1. Tipo.

La investigación desarrollada es de tipo descriptivo – correlacional. Por una parte, es descriptiva puesto que trabaja analizando hechos y sus características fundamentales. Para este tipo de estudio se pueden utilizar varios tipos de herramientas como encuestas, estudios de casos, estudios de correlación, etc. (Grajales, 2000). Por otra parte, es correlacional ya que se busca encontrar la relación entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor.

3.1.2. Diseño.

El diseño de dicha investigación es no experimental – transversal. Según Grajales (2000) una investigación es no experimental cuando no se manipula ni se altera ninguna variable, puesto que se analiza en su estado natural. También es transversal ya que la información se recogerá una única vez.

En conclusión, las encuestas fueron realizadas en una fecha determinada, se analizaron los datos sin manipular las variables y se examinaron en su estado natural.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.2.1. Población.

A continuación, analizamos la población objeto de estudio. López (2012) define a la población como “el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” (p. 69). Para dicha investigación se tomó como población los datos del año 2021 donde 400.000 consumidores acudieron al parque temático Isla Mágica de Sevilla.

3.2.2. Muestra.

Una muestra es una parte representativa de la población completa sobre la que se llevará a cabo dicha investigación. Para obtener el cálculo de la muestra, teniendo en cuenta que se sabía cuál es el número total de encuestas, se utilizó la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Siendo:
 Muestra (n) = 369
 Población (N) = 400.000
 Nivel de confianza (Z) = 95%: 1,96
 Probabilidad de éxito (p) = 60%
 Probabilidad de fracaso (q) = 40%
 Nivel de error (d) = 5%

La muestra de dicha investigación está formada por 369 consumidores del parque temático Isla Mágica de Sevilla.

3.3.VARIABLES INCLUIDAS EN EL ESTUDIO.

Marketing experiencial.

Consolación y Sabaté (2008) define el marketing experiencial como el proceso que aporta valor a los clientes, uniendo las experiencias con los productos o servicios de la empresa. Con ello ayuda a que los consumidores tomen una decisión de compra y los fideliza a la marca.

Se tomará como variable independiente el marketing experiencial.

Tabla 2. Variable independiente, marketing experiencial

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Marketing experiencial	Experiencias sensoriales	Vista	1 y 3
		Oído	2
		Gusto	4
		Tacto	5
	Experiencias de los sentimientos	Emociones	6
	Experiencias de los pensamientos	Soluciones	7
	Experiencias de las relaciones	Relaciones duraderas	8 y 9
	Experiencias de las actuaciones	Beneficios	10

Nota. Elaboración propia.

Comportamiento del consumidor.

“El comportamiento del consumidor estudia las conductas de las personas que se relacionan con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios. Estudia el porqué, dónde, con qué frecuencia y en qué condiciones se producen esos consumos. Trata de comprender, explicar y predecir las acciones humanas relacionadas con el consumo” (Alonso y Grande, 2013, p. 35).

Se tomará como variable dependiente el comportamiento del consumidor.

Tabla 3. Variable dependiente, comportamiento del consumidor

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Comportamiento del consumidor	Reconocimiento de la necesidad	Atracciones	11
		Actuaciones	12
		Familiares y/o amigos	13
	Búsqueda de información	Publicidad	14
		Amigo, familiar, etc.	15
		Internet	16
		Comparación de alternativas	Precios
	Decisión de compra	Preferencia	18
	Evaluación posterior a la compra	Satisfecho	19
		Volver	20

Nota. Elaboración propia.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, DISEÑO DE LA ENCUESTA, VALIDEZ Y FIABILIDAD.

3.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se utilizó en dicha investigación fue la encuesta, la cual es utilizada como procedimiento de investigación. Ayuda a recopilar y elaborar datos de un modo rápido y eficaz (Casas et al., 2003). Sus características son:

- La información se obtiene por observación indirecta, es decir, por las opiniones de los encuestados, por lo que puede que no siempre refleje la realidad.
- Se pueden obtener resultados extensos, dependiendo de la muestra.

- El interés del investigador no solo es la persona que contesta un cuestionario sino a toda la población.
- Se pueden recoger datos de diversos temas.
- Al utilizar un modelo estándar, toda la información es recopilada junta.

El instrumento usado en la investigación fue el cuestionario. Se elaboró creando 20 preguntas las cuales debían ser respondidas de acuerdo con la escala Likert. Las respuestas tenían la siguiente escala:

Totalmente acuerdo=5; acuerdo= 4; indiferente= 3; desacuerdo= 2; totalmente desacuerdo= 1

3.4.2. Validez y fiabilidad.

La validez de la herramienta de investigación viene dada por una serie de expertos, además de estar apoyada por trabajos anteriores (Lazo, 2021).

La fiabilidad de la investigación se obtendrá a través del alfa de Cronbach, un indicador que ayudará a definir la fiabilidad del cuestionario realizado en esta investigación. Para llegar a obtener los resultados se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Dónde:

A = Alfa de Cronbach

K = Número de ítems

Vi = Varianza de cada ítem

Vt= Varianza del total

Por lo tanto, los resultados son los siguientes:

Tabla 4. Fiabilidad marketing experiencial

Marketing experiencial	
Alfa de Cronbach	Número de ítems
0,83489436	10

Nota. Elaboración propia.

Tabla 5. Fiabilidad comportamiento del consumidor

Comportamiento del consumidor	
Alfa de Cronbach	Número de ítems
0,775617092	10

Nota. Elaboración propia.

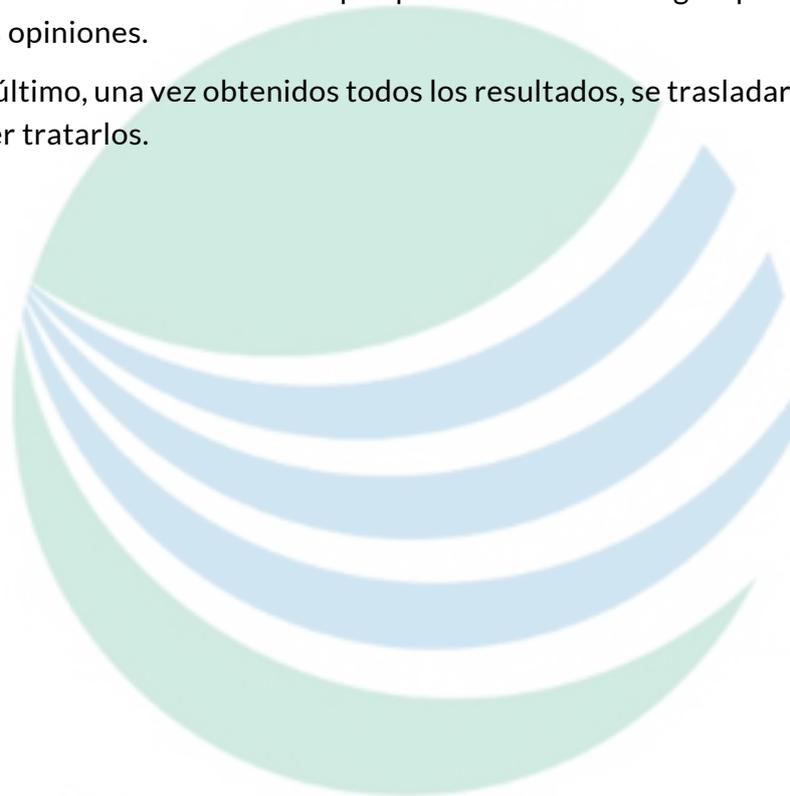
Para que un cuestionario se considere confiable, debe obtener un valor entre 0,7 y 0,9. En este caso tanto para el marketing experiencial con un valor de 0,83489436 como para el comportamiento del consumidor con un valor de 0,775617092 se consideran confiables.

3.5. PROCESO DE ANÁLISIS DE DATOS.

Para el proceso de análisis de datos se siguió el siguiente procedimiento:

En primer lugar, se diseñó el cuestionario en cuanto al marketing experiencial y al comportamiento del consumidor. A continuación, se envió a través de Google Forms a consumidores del parque temático Isla Mágica para que expresaran sus opiniones.

Por último, una vez obtenidos todos los resultados, se trasladaron al Excel, para poder tratarlos.



4. RESULTADOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE LAS VARIABLES DE ANÁLISIS

4.1.1. Resultados por edad.

Tabla 6. Resultados por edades

Edades	Frecuencia	Porcentaje
13-17	13	4%
18-22	102	28%
23-27	63	17%
28-32	29	8%
33-37	33	9%
38-42	29	8%
43-47	38	10%
48-52	26	7%
53-57	19	5%
58-62	8	2%
63-67	9	2%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

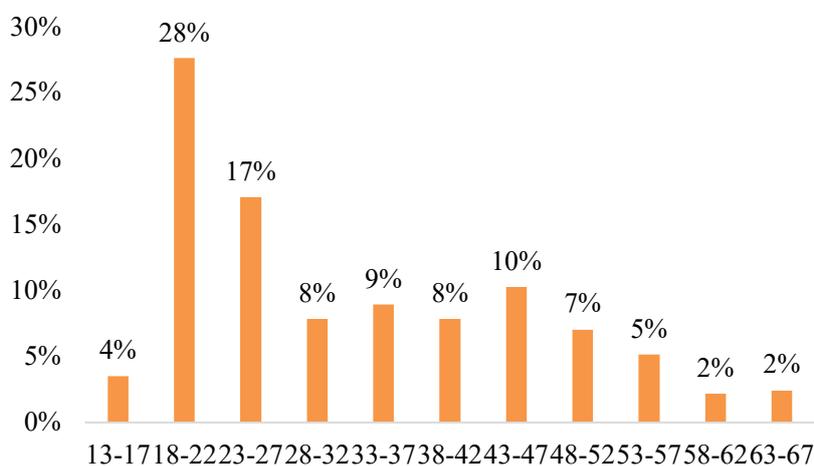


Figura 3. Distribución de edades de clientes Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

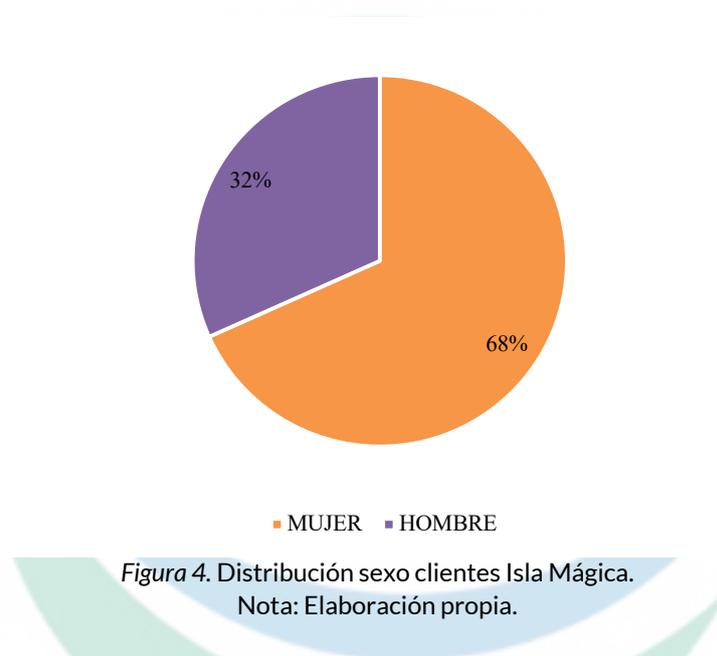
En la *Figura 3* se muestra la distribución de las edades de los clientes de Isla Mágica. Los valores máximos con un 28% y un 17% fueron las edades 18 a 27 años. Los valores con menor porcentaje son las edades 13 a 17 años y 58 a 67 años.

4.1.2. Resultados por sexo.

Tabla 7. Resultados por sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	252	68%
Hombre	117	32%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.



Del 100% de los encuestados, el 68% pertenece al sexo femenino frente al 32% restante que corresponde al sexo masculino. Se puede llegar a la conclusión de que son más mujeres que hombres los que frecuentan los servicios de Isla Mágica.

4.1.3. Resultados por ítems.

4.1.3.1. Marketing experiencial.

Tabla 8. Se siente atraído por los servicios de Isla Mágica.

Se siente atraído por los servicios de Isla Mágica	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	112	30%
Acuerdo	181	49%
Indiferente	68	18%
Desacuerdo	5	1%
Totalmente desacuerdo	3	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

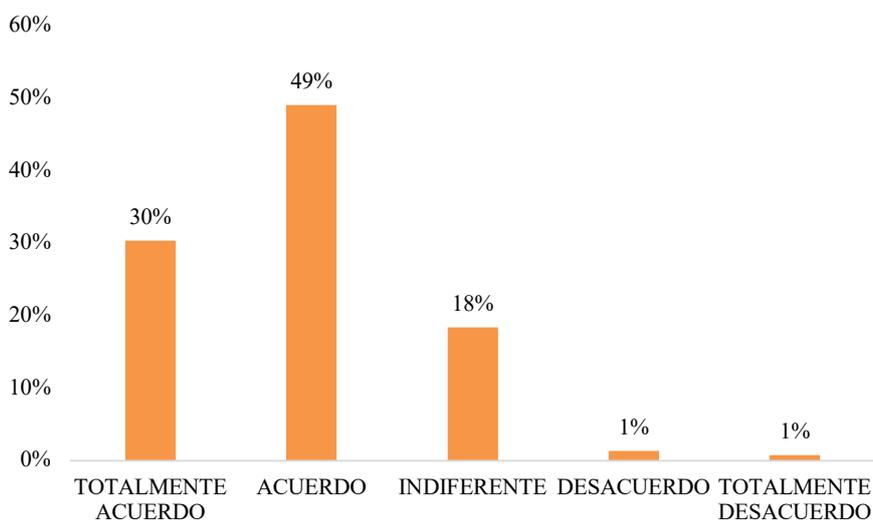


Figura 5. Se siente atraído por los servicios de Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 79% están de acuerdo por lo que se sienten atraídos por los servicios del parque. Frente al 2% de los encuestados que están en desacuerdo y elegirían otros tipos de parques temáticos. Por último, el 18% de los consumidores se muestran indiferentes y les daría igual elegir Isla Mágica u otro parque.

Tabla 9. El ambiente musical en Isla Mágica es acorde a la experiencia que ofrece

El ambiente musical en Isla Mágica es acorde a la experiencia que ofrece	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	80	22%
Acuerdo	198	54%
Indiferente	79	21%
Desacuerdo	8	2%
Totalmente desacuerdo	4	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

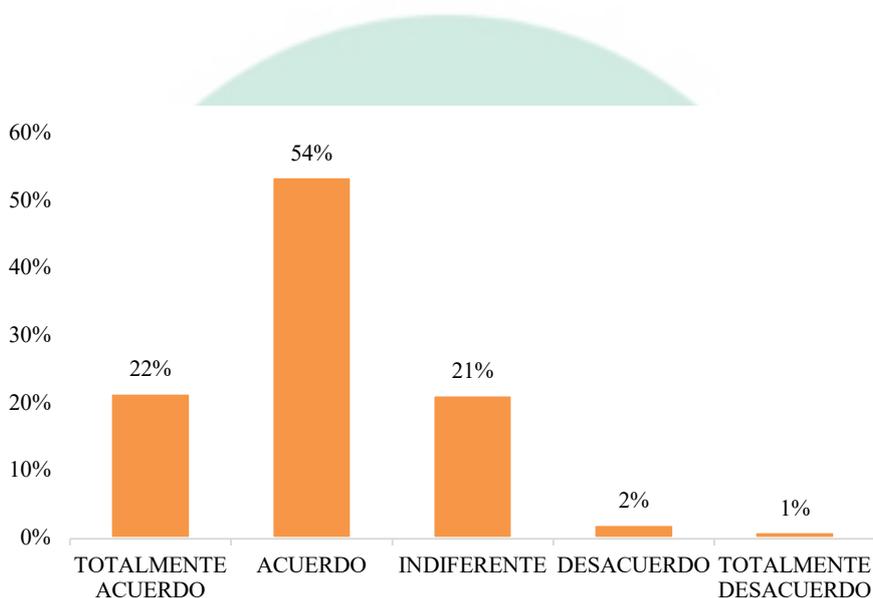


Figura 6. El ambiente musical en Isla Mágica es acorde a la experiencia que ofrece.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 76% está de acuerdo en que la música es acorde a la experiencia que disfrutaban, ya que el parque la ha elegido adecuadamente para que los espectáculos que realizan sean de mayor calidad. Por otra parte, están el 3% de los consumidores donde la música no es de su agrado. Y el 21% restante se muestran indiferentes a este criterio.

Tabla 10. El efecto visual es adecuado en las actuaciones y atracciones del parque

El efecto visual es adecuado en las actuaciones y atracciones del parque	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	112	30%
Acuerdo	193	52%
Indiferente	53	14%
Desacuerdo	11	3%
Totalmente desacuerdo	0	0%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

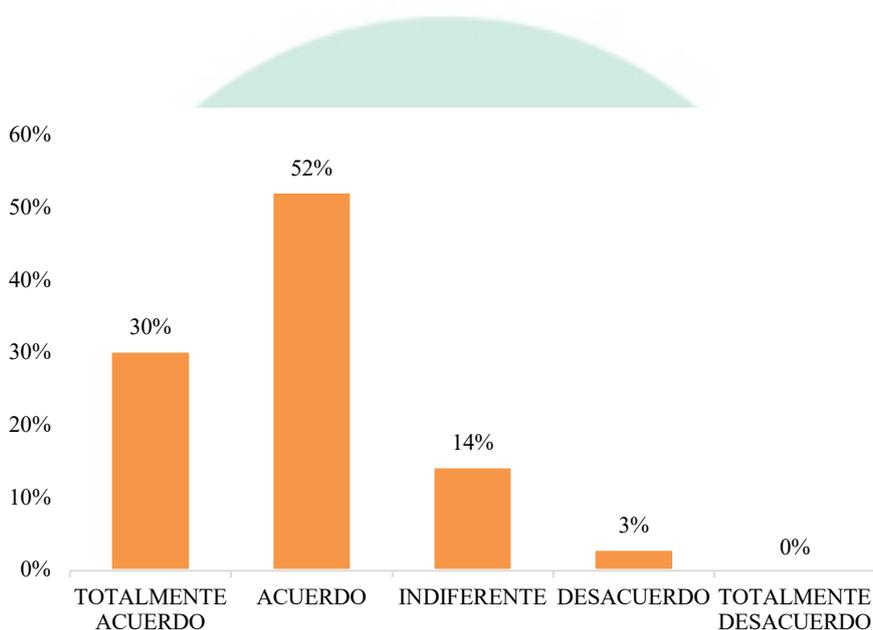


Figura 7. El efecto visual es adecuado en las actuaciones y atracciones del parque.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 82% afirman que es de su agrado el efecto visual que existen en las atracciones y en las actuaciones, lo que provoca que la experiencia sea mejor. Un 14% se muestran indiferentes y solo un 3% manifiestan que no es adecuado el efecto visual y que Isla Mágica podría mejorarlo.

Tabla 11. La comida en los restaurantes de Isla Mágica es adecuada a la oferta y de buen gusto

La comida en los restaurantes de Isla Mágica es adecuada a la oferta y de buen gusto	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	25	7%
Acuerdo	114	31%
Indiferente	113	31%
Desacuerdo	97	26%
Totalmente desacuerdo	20	5%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

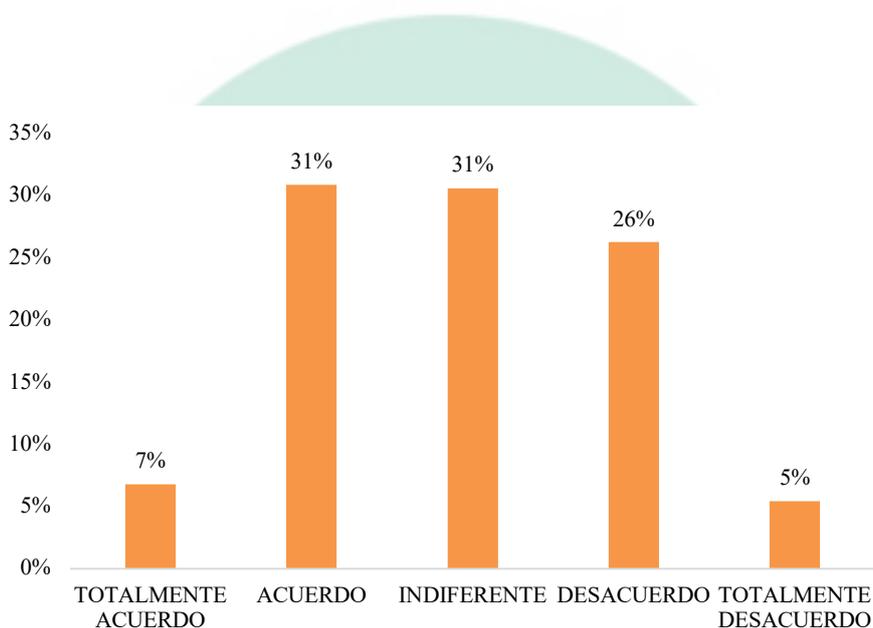


Figura 8. La comida en los restaurantes de Isla Mágica es adecuada a la oferta y de buen gusto

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 38% están en acuerdo en que los platos tienen un buen sabor en comparación con su precio. Mientras que el 31% de los encuestados afirman que los platos no tienen buen sabor para el precio que tienen, y por último el 31% se muestran indiferentes.

Tabla 12. La temperatura en el parque es adecuada

La temperatura en el parque es adecuada	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	44	12%
Acuerdo	196	53%
Indiferente	78	21%
Desacuerdo	46	12%
Totalmente desacuerdo	5	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

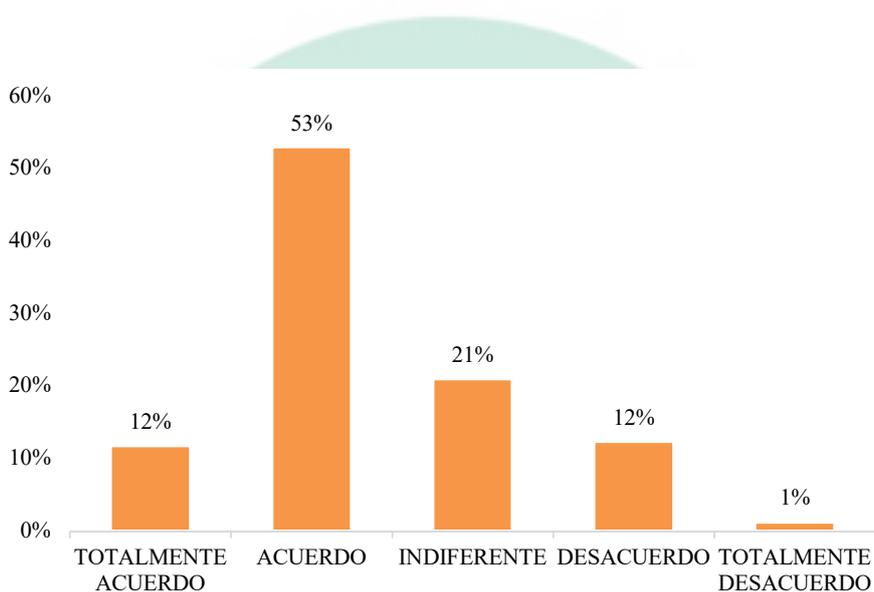


Figura 9. La temperatura en el parque es adecuada.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 54% afirman que la temperatura es adecuada, debido a las atracciones de agua, frente al 25% de los que están desacuerdo en esa afirmación, ya que necesitan más atracciones de agua y zonas de sombra. Por último, el 21% de los consumidores se muestran indiferentes frente a este criterio.

Tabla 13. La experiencia que ofrece Isla Mágica le generan emociones positivas

La experiencia que ofrece Isla Mágica le generan emociones positivas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	159	43%
Acuerdo	167	45%
Indiferente	33	9%
Desacuerdo	6	2%
Totalmente desacuerdo	4	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

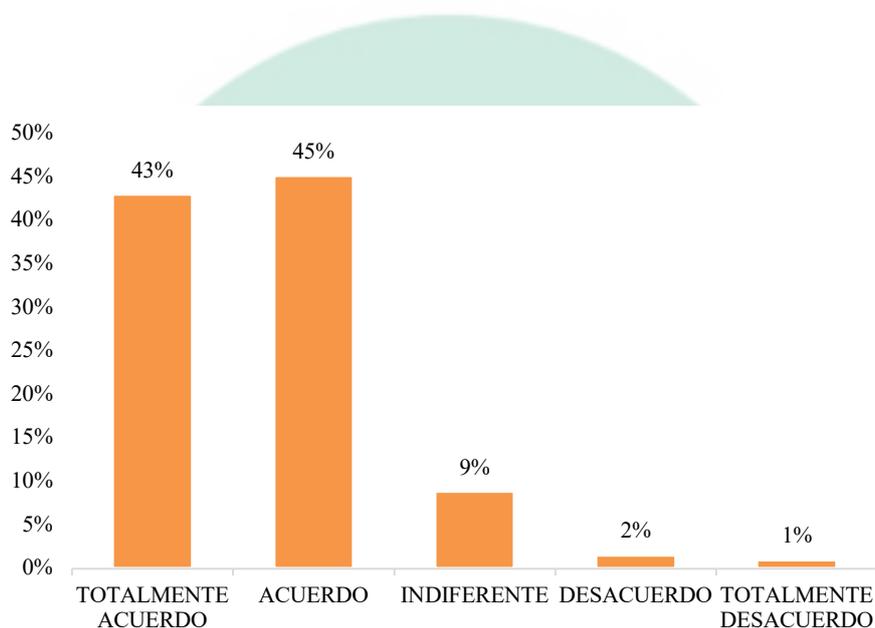


Figura 10. La experiencia que ofrece Isla Mágica le generan emociones positivas.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 88% están de acuerdo ya que se encuentran muy emocionados al vivir dicha experiencia. Debido a este hecho, los consumidores se irán de Isla Mágica con un estado de ánimo a la altura de la experiencia. Tan solo el 3% de los encuestados manifiestan que no les genera emociones positivas. Por último, el 9% se muestran indiferentes.

Tabla 14. Isla Mágica responde rápidamente ante un problema

Isla Mágica responde rápidamente ante un problema	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	46	12%
Acuerdo	113	31%
Indiferente	184	50%
Desacuerdo	22	6%
Totalmente desacuerdo	4	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

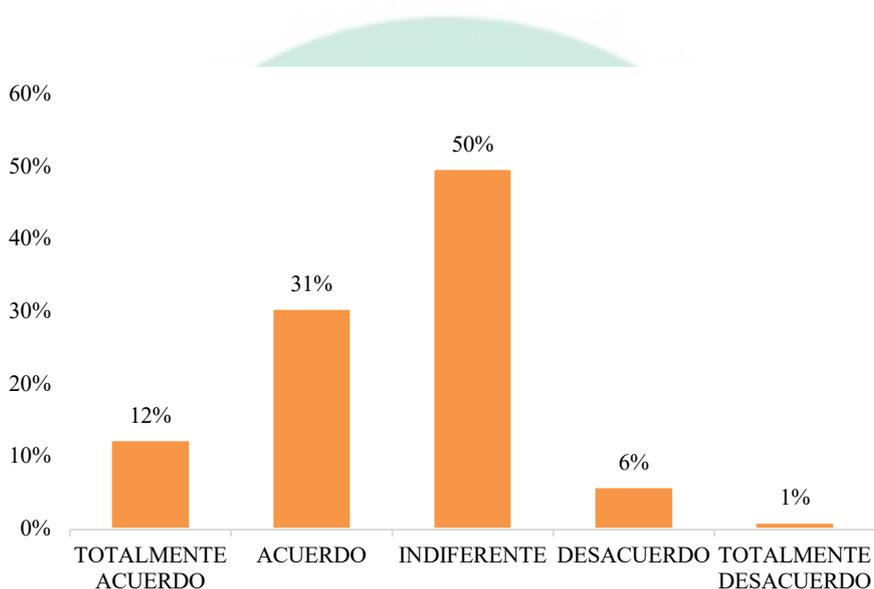


Figura 11. Isla Mágica responde rápidamente ante un problema.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 43% están en acuerdo, puesto que cuando ocurre algún problema lo consigue solucionar, por lo que el consumidor se irá de Isla Mágica satisfecho. El 7% están en desacuerdo porque no les ofrecen una solución inmediatamente, provocando que dichos consumidores no vuelvan al parque. Por último, el 50% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 15. Establece relaciones duraderas con el parque

Establece relaciones duraderas con el parque	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	51	14%
Acuerdo	104	28%
Indiferente	148	40%
Desacuerdo	40	11%
Totalmente desacuerdo	26	7%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

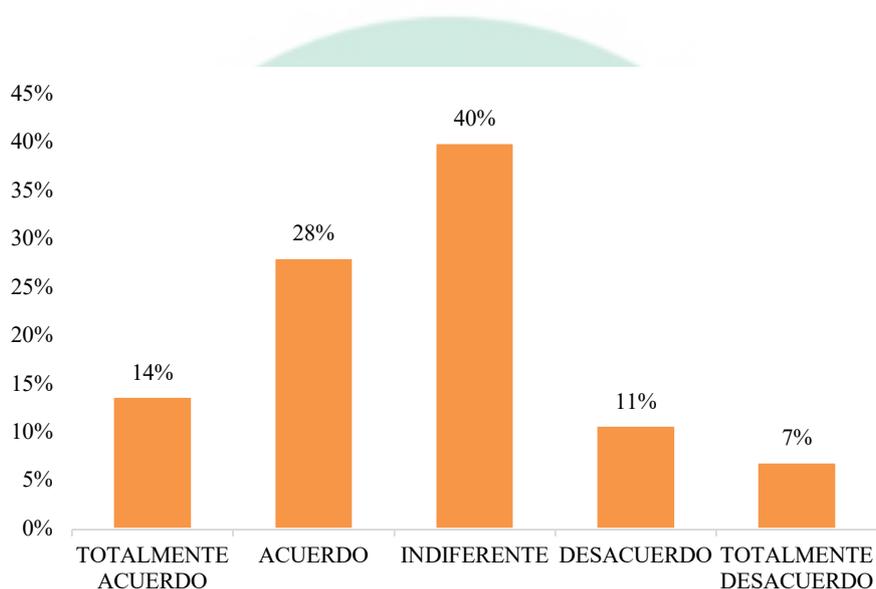


Figura 12. Establece relaciones duraderas con el parque.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 42% está en acuerdo, ya que mantiene relaciones duraderas con el parque y vuelve a consumir sus servicios en varias ocasiones. Mientras que el 18% no las mantiene a largo plazo y elige otro tipo de parque temático. Y por último, el 40% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 16. Está dispuesto a volver a vivir experiencias en Isla Mágica

Está dispuesto a volver a vivir experiencias en Isla Mágica	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	142	38%
Acuerdo	169	46%
Indiferente	41	11%
Desacuerdo	8	2%
Totalmente desacuerdo	9	2%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

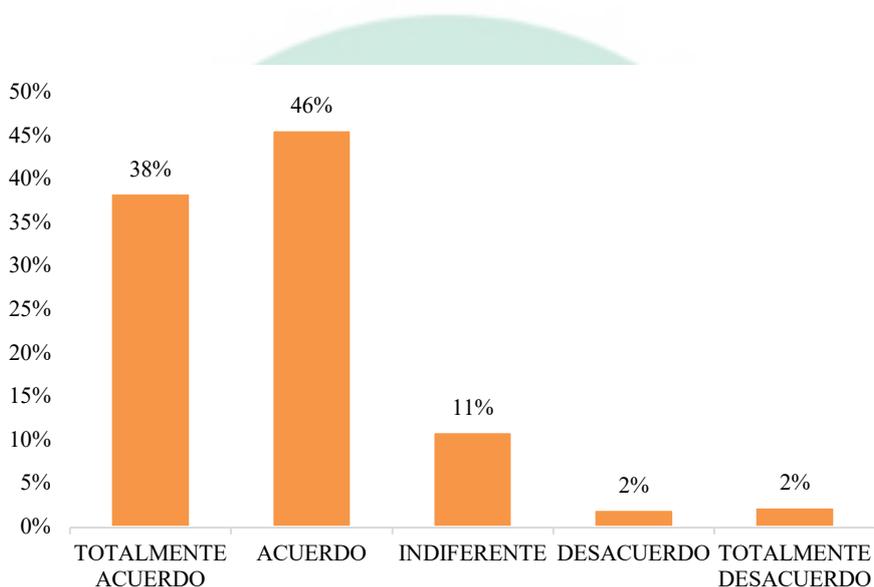


Figura 13. Está dispuesto a volver a vivir experiencias en Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 84% de los consumidores están de acuerdo en volver al parque por lo que el número de clientes en un futuro no debe de disminuir. Y solo el 4% de ellos no están dispuestos a volver y escogerán otro tipo de parque temático u otro tipo de experiencia. Por último, el 11% se muestran indiferentes.

Tabla 17. La experiencia que obtiene de Isla Mágica le genera gran beneficio

La experiencia que obtiene de Isla Mágica le genera gran beneficio	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	80	22%
Acuerdo	178	48%
Indiferente	96	26%
Desacuerdo	11	3%
Totalmente desacuerdo	4	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

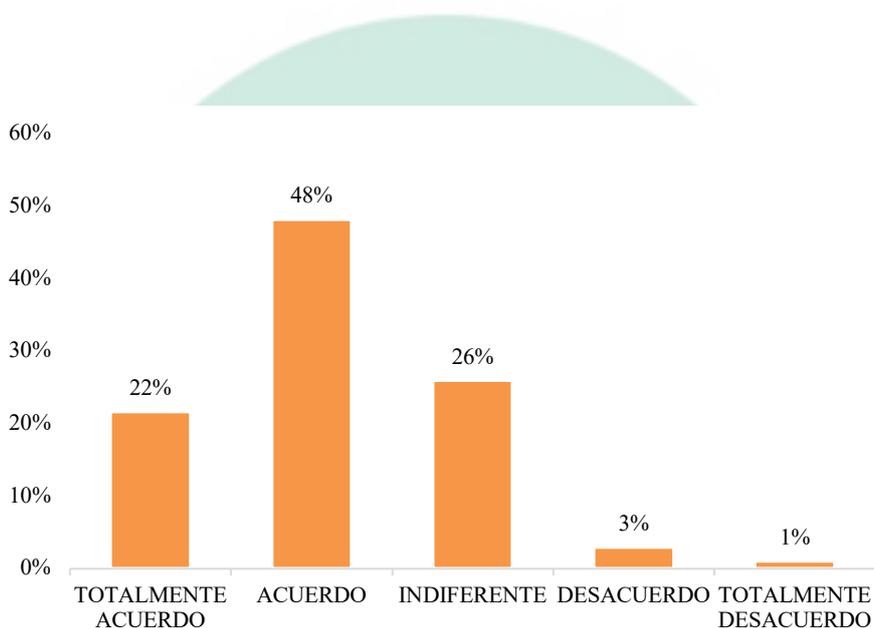


Figura 14. La experiencia que obtiene de Isla Mágica le genera gran beneficio.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 70% están de acuerdo con que el parque les genera gran beneficio, por lo que podrán repetir en otra ocasión, mientras que solo el 4% manifiestan que no les genera beneficio acudir a Isla Mágica. Por último, el 26% de los consumidores se muestran indiferente.

4.1.3.2. *Comportamiento del consumidor.*

Tabla 18. Acudió al parque Isla Mágica motivado por las atracciones

Acudió al parque Isla Mágica motivado por las atracciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	174	47%
Acuerdo	145	39%
Indiferente	31	8%
Desacuerdo	17	5%
Totalmente desacuerdo	2	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

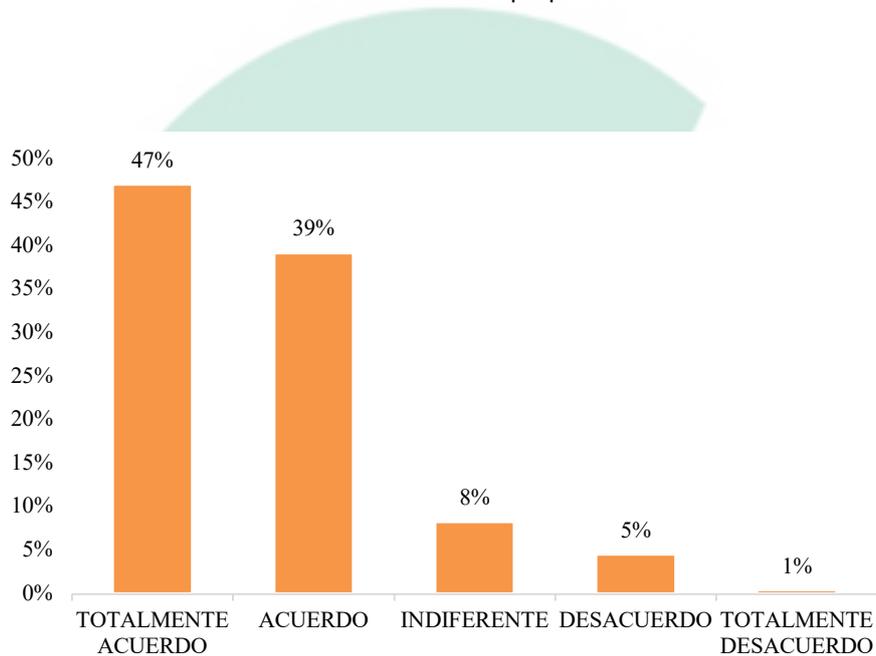


Figura 15. Acudió al parque Isla Mágica motivado por las atracciones.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 86% están de acuerdo, manifiestan que acudieron al parque para utilizar las atracciones. El 6% están en desacuerdo, por lo que se puede deducir que acuden para disfrutar de las actuaciones que se realizan. Por último, el 8% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 19. Acudió al parque Isla Mágica motivado por las actuaciones

Acudió al parque Isla Mágica motivado por las actuaciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	73	20%
Acuerdo	136	37%
Indiferente	112	30%
Desacuerdo	37	10%
Totalmente desacuerdo	11	3%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

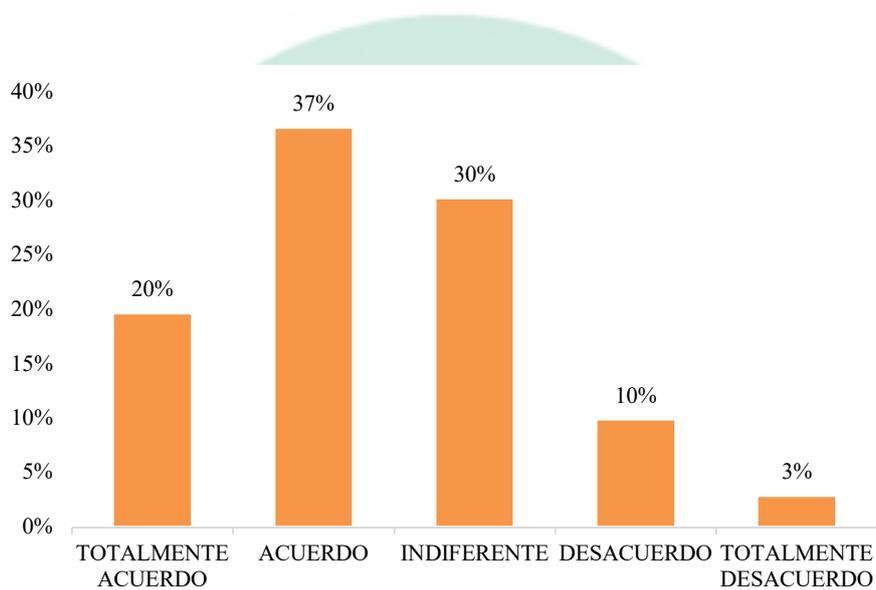


Figura 16. Acudió al parque Isla Mágica motivado por las actuaciones.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 57% afirman acudir al parque por las actuaciones que se realizan en él, mientras que el 13% están en desacuerdo y prefieren acudir el parque temático únicamente para disfrutar de las atracciones. Por último, el 30% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 20. Acudió al parque Isla Mágica con familiares y/o amigos

Acudió al parque Isla Mágica con familiares y/o amigos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	243	66%
Acuerdo	93	25%
Indiferente	20	5%
Desacuerdo	8	2%
Totalmente desacuerdo	5	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

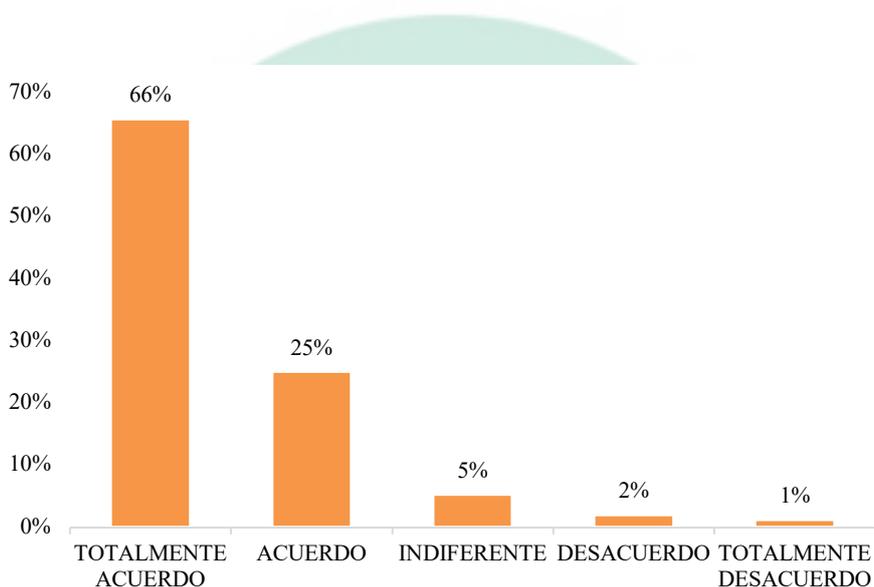


Figura 17. Acudió al parque Isla Mágica con familiares y/o amigos.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 91% afirman haber acudido al parque con familiares y/o amigos, mientras que solo el 3% están desacuerdo. Por último, el 5% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 21. La publicidad que realiza el parque es adecuada

La publicidad que realiza el parque es adecuada	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	58	16%
Acuerdo	164	44%
Indiferente	113	31%
Desacuerdo	32	9%
Totalmente desacuerdo	2	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

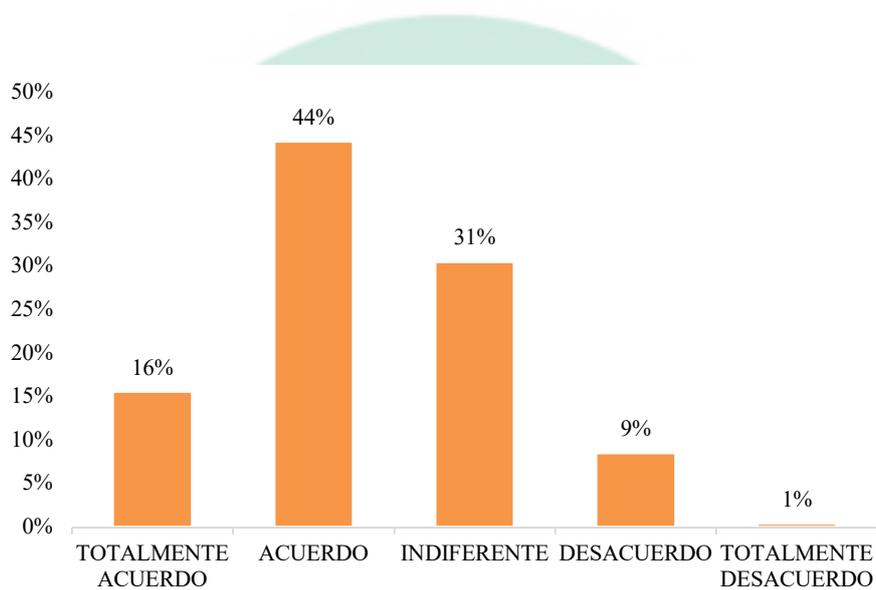


Figura 18. La publicidad que realiza el parque es adecuada.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 60% están de acuerdo con que la publicidad es adecuada, provocando que los consumidores regresen en otra ocasión al parque al ver sus anuncios. Mientras que el 10% están en desacuerdo. Y el 31% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 22. Se enteró de los servicios de Isla Mágica por un amigo, familiar, etc.

Se enteró de los servicios de Isla Mágica por un amigo, familiar, etc.	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	115	31%
Acuerdo	141	38%
Indiferente	55	15%
Desacuerdo	33	9%
Totalmente desacuerdo	25	7%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

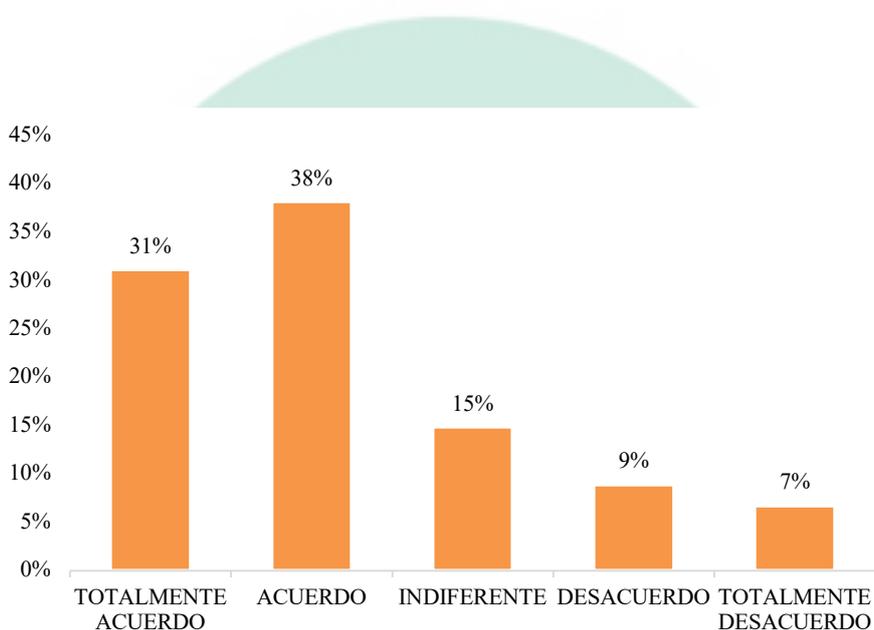


Figura 19. Se enteró de los servicios de Isla Mágica por un amigo, familiar, etc.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 69% de los consumidores supieron de los servicios del parque gracias a un amigo, familiar, etc. El 16% están en desacuerdo, ya que se habrán enterado a través de otras vías. Por último, el 15% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 23. Se enteró de los servicios del parque por internet

Se enteró de los servicios del parque por internet	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	64	17%
Acuerdo	106	29%
Indiferente	92	25%
Desacuerdo	71	19%
Totalmente desacuerdo	36	10%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

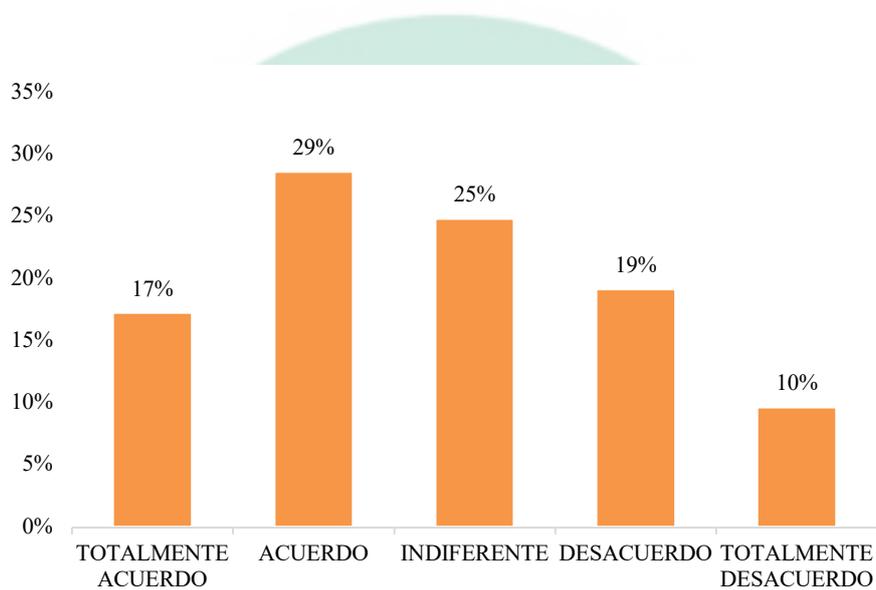


Figura 20. Se enteró de los servicios del parque por internet.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 46% de los consumidores se enteraron de la existencia y servicios del parque por internet, a través de las redes sociales y páginas web. Mientras que el 29% están en desacuerdo, ya que se enterarían por otras vías. Por último, el 25% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 24. Los precios de Isla Mágica en comparación con otros parques temáticos son adecuados

Los precios de Isla Mágica en comparación con otros parques temáticos son adecuados	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	31	8%
Acuerdo	175	47%
Indiferente	106	29%
Desacuerdo	45	12%
Totalmente desacuerdo	12	3%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

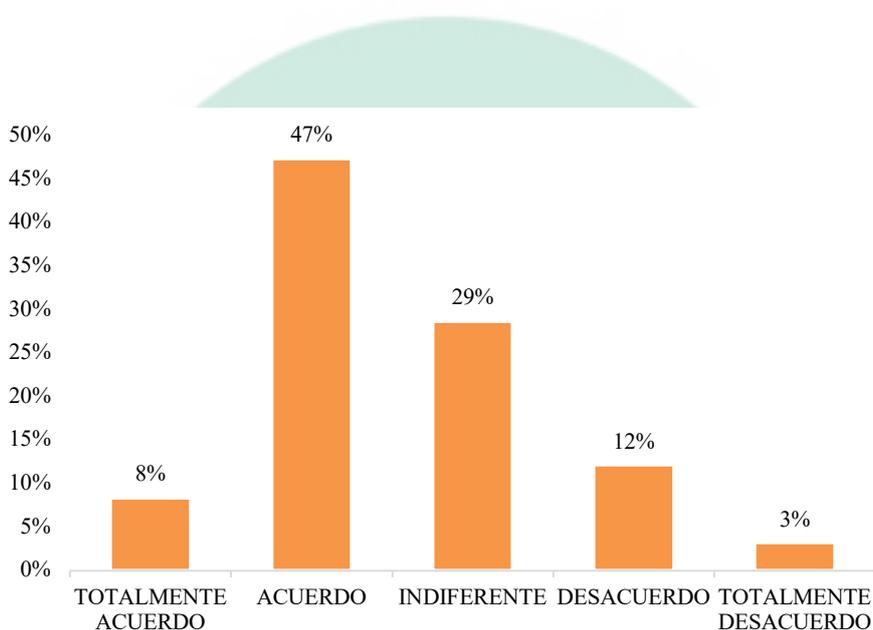


Figura 21. Los precios de Isla Mágica en comparación con otros parques temáticos son adecuados.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 55% de los consumidores afirman que los precios de Isla Mágica son adecuados con respecto a otros parques. Mientras que el 15% están en desacuerdo, por lo que podrían escoger al resto. Por último, el 29% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 25. Siente preferencia por los servicios de Isla Mágica

Siente preferencia por los servicios de Isla Mágica	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	36	10%
Acuerdo	141	38%
Indiferente	156	42%
Desacuerdo	29	8%
Totalmente desacuerdo	7	2%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

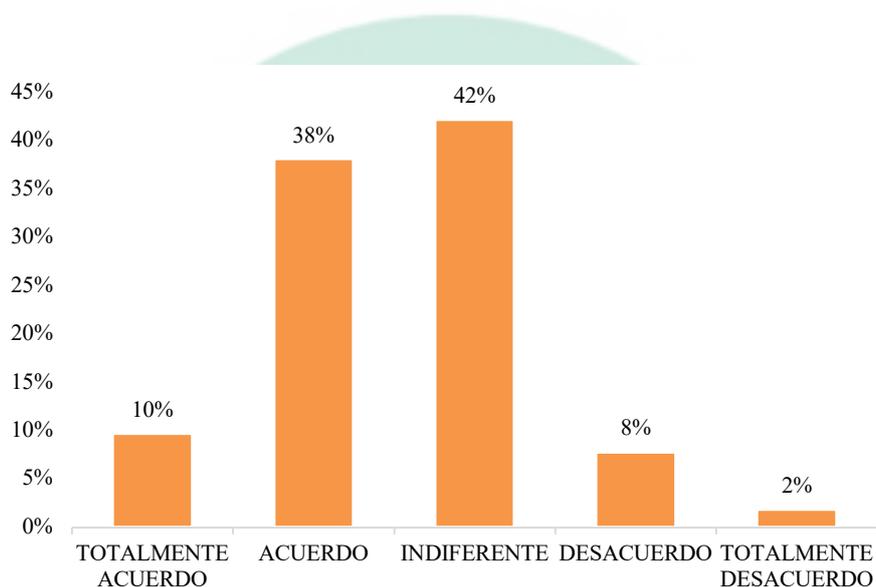


Figura 22. Siente preferencia por los servicios de Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 48% afirman sentir preferencia por los servicios de Isla Mágica, haciendo que repitan la experiencia en dicho parque. Mientras que el 10% están en desacuerdo, provocando que se vayan a otros parques temáticos. Por último, el 42% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 26. Se encuentra satisfecho con los servicios obtenidos en Isla Mágica

Se encuentra satisfecho con los servicios obtenidos en Isla Mágica	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	76	21%
Acuerdo	199	54%
Indiferente	71	19%
Desacuerdo	20	5%
Totalmente desacuerdo	3	1%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

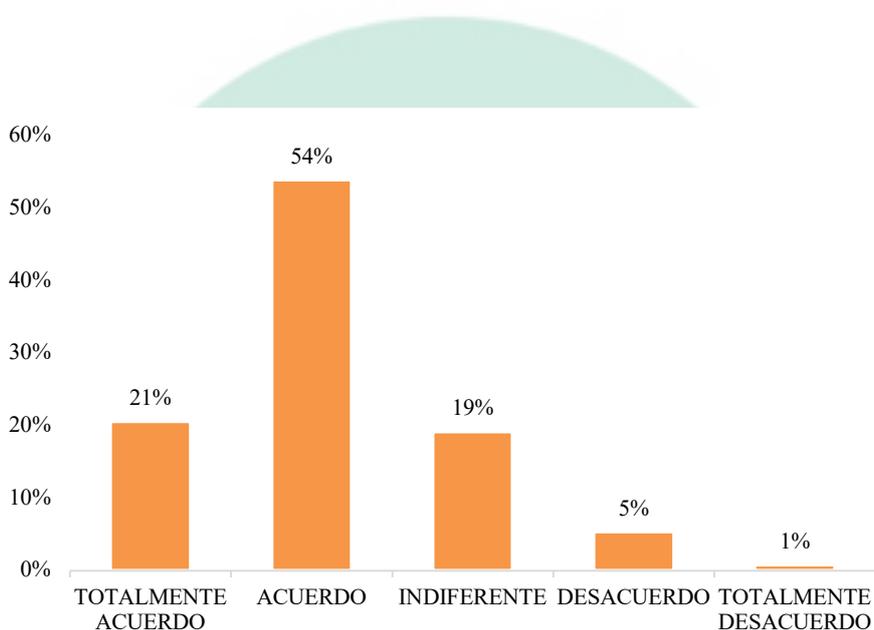


Figura 23. Se encuentra satisfecho con los servicios obtenidos en Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 75% de los consumidores se encuentran satisfechos con los servicios del parque, por lo que sus expectativas y la experiencia que obtuvieron son similares. Mientras que solo el 6% se sienten insatisfechos con los servicios. Por último, el 19% de los consumidores se muestran indiferentes.

Tabla 27. Volvería a consumir los servicios de Isla Mágica

Volvería a consumir los servicios de Isla Mágica	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente acuerdo	121	33%
Acuerdo	176	48%
Indiferente	57	15%
Desacuerdo	8	2%
Totalmente desacuerdo	7	2%
TOTAL	369	100%

Nota: Elaboración propia.

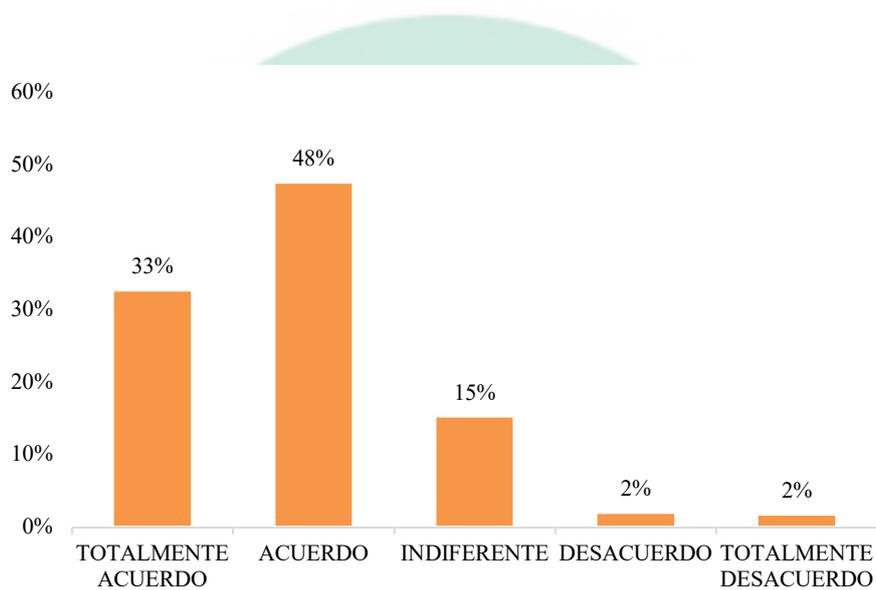


Figura 24. Volvería a consumir los servicios de Isla Mágica.

Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 81% están de acuerdo en volver a Isla Mágica y no tener que buscar otros parques temáticos de acuerdo con sus necesidades. Mientras que el 4% están en desacuerdo por lo que buscarán otras opciones de parques temáticos. Por último, el 15% de los consumidores se muestran indiferentes.

4.2. RESULTADOS DE PROMEDIO

Tabla 28. Resultados de promedios por indicadores

Indicadores	Promedios
Oído	3,93
Vista	4,10
Gusto	3,07
Tacto	3,62
Emociones	4,28
Soluciones	3,47
Relaciones duraderas	3,31
Repetir experiencia	4,16
Beneficios	3,86
Atracciones	4,28
Actuaciones	3,60
Acudir con familiares y/o amigos	4,52
Publicidad	3,66
Comunicación por amigo, familiar, etc.	3,78
Comunicación por internet	3,25
Precios	3,46
Preferencia	3,46
Satisfecho	3,88
Volver	4,07

Nota: Elaboración propia.

Tabla 29. Resultados de promedios por dimensiones

Dimensiones	Promedios
Experiencias sensoriales	3,68
Experiencias de los sentimientos	4,28
Experiencias de los pensamientos	3,47
Experiencias de las relaciones	3,73
Experiencias de las actuaciones	3,86
Reconocimiento de la necesidad	4,13
Búsqueda de información	3,56
Comparación de alternativas	3,46
Decisión de compra	3,46
Evaluación posterior a la compra	3,98

Nota: Elaboración propia.

Tabla 30. Resultados de promedios por variables

VARIABLES	PROMEDIOS
Independiente: marketing experiencial	3,81
Dependiente: comportamiento del consumidor	3,72

Nota: Elaboración propia.

4.3. RESULTADOS DE CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 31. Resultados de correlación de las variables

	Marketing experiencial	Comportamiento del consumidor
Marketing experiencial	1	0,338120217
Comportamiento del consumidor	0,338120217	1

Nota: Elaboración propia.

En la *Tabla 31* se puede apreciar el nivel de correlación de Pearson con 0,3381, siendo una cifra significativa por $p < 0,05$. Dicho valor muestra una correlación positiva débil.

4.4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La variable independiente, marketing experiencial, consiguió un promedio de 3,81. La cual está formada por las siguientes dimensiones: experiencias sensoriales con un promedio de 3,68; experiencias de los sentimientos cuyo promedio es de 4,28; experiencias de los pensamientos con un promedio de 3,47; experiencias de relaciones obtuvo un promedio de 3,73 y por último experiencias de las actuaciones alcanzó un promedio de 3,86. Desglosando cada una de las dimensiones se encuentra que:

Las experiencias sensoriales, el 79% de los consumidores se encuentran atraídos por los servicios del parque Isla Mágica de Sevilla, además de que se encuentran atraídos visualmente; el 76% están de acuerdo en que la música es de su agrado, lo que provoca que los consumidores se encuentren más a gusto y disfruten de la experiencia. El 38% de los consumidores afirmaron que la comida es de buen gusto y pueden que repitan en un futuro próximo, mientras que el 31% no disfrutaron del sabor de dicha comida, y el 31% restante se mostraron indiferentes, debido a que llevan su propia comida. Además, el 54% están de acuerdo en que la temperatura del parque es adecuada, debido por las zonas acuáticas que dispone el parque. Es importante que las empresas de este estilo inviertan en experiencias sensoriales, ya que a mayor calidad de dicha experiencia mayor será la experiencia generada y mayor será la felicidad del consumidor.

La dimensión de los sentimientos, el 88% de los consumidores encuestados afirmaron que acudir al parque les genera emociones positivas, por lo que se van con un estado de ánimo mucho mayor. Según Schmitt (2000) al encontrarse feliz, siempre elegirá dichos servicios.

La dimensión de los pensamientos, con el 43% de los encuestados afirmaron que el parque temático logra solucionar los problemas en cuanto suceden y tan solo el 7% están en desacuerdo provocando que se vayan del parque enfadados y sin querer repetir la experiencia.

La dimensión de las relaciones, el 42% están de acuerdo en que establecen relaciones duraderas con el parque, por lo que se puede suponer que querrán volver a prestar los servicios del parque. Además, para confirmar dicha afirmación 84% de los encuestados estaría dispuesto a volver a vivir las experiencias que ofrece Isla Mágica y lo más importante según Magro (2013) es que las vivirá junto con sus personas de confianza.

La dimensión de las actuaciones, el 70% están de acuerdo en que perciben grandes beneficios cuando acuden al parque, provocando que elijan dicho parque ante otro de la competencia. Es por ello que Nieto y Pérez (2017) afirman que dichas experiencias enriquecen al consumidor. Es de gran importancia crear experiencias positivas para que estos obtengan beneficios sobre lo experimentado, en este caso es importante debido al estilo de empresa que es, ya que se necesitan crear experiencias que relacionen a las personas e interaccionen.

Siguiendo con la variable dependiente, comportamiento del consumidor, consiguió un promedio de 3,72. La cual está formado por las siguientes dimensiones: reconocimiento de la necesidad con un promedio de 4,13; búsqueda de alternativas la cual obtuvo 3,56; comparación de alternativas y decisión de compra cuyos promedios son de 3,46 y por último evaluación posterior a la compra la que alcanzó 3,98 de promedio. Si se desglosa cada una de las dimensiones se puede encontrar que:

En el reconocimiento de la necesidad, la cual es la primera etapa de una decisión de compra, el 86% de los consumidores encuestados afirmaron que acudieron al parque temático motivados por las atracciones. Por otra parte, el 57% de los consumidores acuden al parque por las actuaciones que se realizan en él. Además, para acudir al parque el 91% de los consumidores eligen acudir al parque con un familiar, amigo o conocido, siendo que la experiencia sea de mayor calidad, esto confirma que somos seres sociales y se relaciona el marketing de relaciones con el comportamiento del consumidor.

En la búsqueda de alternativas se estudian los diferentes tipos de parques, precios, etc. El 60% afirman que la publicidad que el parque realiza es adecuada para que los consumidores se enteren de los precios y ofertas que disponen. Por una parte, el 69% de los encuestados se enteraron de los servicios por un amigo, familiar, etc. Por otra parte, el 46% se enteraron a través de redes sociales o páginas web donde difunden los servicios y ofertas.

En la comparación de alternativas, los consumidores compararán los precios, atracciones y actuaciones que ofrece el parque, es por ello, que el 55% de los encuestados afirman haber comparado los precios de Isla Mágica con otros parques de la competencia.

En la decisión de compra, los consumidores una vez que han comparado los servicios, deciden qué lugar prefieren para vivir dicha experiencia. El 48% de los consumidores a los que se les ha realizado la encuesta han comunicado que sienten preferencia por el parque frente a otros. Y el 75% creen que los servicios del parque son adecuados y se sienten satisfechos.

En la evaluación posterior a la compra, el 81% de los consumidores comunican que volverán al parque temático. Ya que sus expectativas son similares a las experiencias que ofrece el parque (Kotler et al., 2011).

Para analizar si el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor tienen relación, se calculó el coeficiente de correlación de Pearson, donde se obtuvo un resultado de 0,3381. Al obtenerse un resultado positivo, se puede afirmar que existe una relación positiva, aunque débil entre ambas variables.

Finalmente, tras analizar la variable independiente, marketing experiencial y la variable dependiente, comportamiento del consumidor, se determina que existe una relación entre ambas variables en el parque temático Isla Mágica de Sevilla, por lo tanto, se acepta H1 y se rechaza H0.

5. CONCLUSIÓN, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. CONCLUSIÓN

Esta investigación se ha realizado con el objetivo de conocer si el marketing que realizan las empresas para atraer a los consumidores influye y está relacionado con el comportamiento que el consumidor tiene con respecto a la marca.

Con respecto al marketing experiencial en el parque temático Isla Mágica, se obtuvo un resultado de promedios de 3,81, dado que las dimensiones que se utilizan para el cálculo obtuvieron resultados elevados, por ejemplo, la dimensión de las experiencias de los sentimientos con un promedio de 4,28 y la dimensión de las experiencias de las actuaciones con un promedio de 3,86. Por lo tanto, al obtener altos resultados, las experiencias de los consumidores en el parque temático son muy positivas y es muy probable que repitan la experiencia. Tal y como se ha visto en la teoría con Loyola y Meyer (2015) al unir los 5 tipos de experiencias los consumidores consiguen una experiencia única e inolvidable. El marketing experiencial es un nuevo estilo de marketing el cual las empresas deberían usar para captar y mantener consumidores, tal y como realiza Isla Mágica.

En cuanto al comportamiento del consumidor en Isla Mágica, alcanzó un promedio de 3,72, ya que dimensiones como el reconocimiento de la necesidad con un promedio de 4,13 o la dimensión de la evaluación posterior a la compra con un promedio de 3,98 hacen que el promedio de dicha variable aumente considerablemente. Provocando que los consumidores consuman más frecuentemente los servicios de Isla Mágica antes que los servicios de otros parques. Es por ello que Alonso y Grande (2013) piensan que es importante conocer todos los detalles sobre los pensamientos que tienen los consumidores, ya que explicará su comportamiento de compra.

Para conocer si la relación que existe entre ambas variables es positiva o negativa, se calculó el coeficiente de correlación Pearson, el cual obtuvo un resultado de 0,3381. Siendo una correlación positiva débil entre ambas variables.

Para concluir, se determinó que la relación que existe en el parque temático Isla Mágica de Sevilla entre el marketing experiencial y el comportamiento del consumidor es positiva, por lo tanto, a mayor marketing experiencial, mayor será el comportamiento del consumidor.

5.2. LIMITACIONES

A la hora de realizar dicha investigación se han encontrado limitaciones durante el desarrollo de la misma.

La principal limitación encontrada es el no analizar las experiencias que los consumidores viven en el parque de Aqua Magia. Puesto que las experiencias que se obtienen en ese parque comparado con las de Isla Mágica no son las mismas.

5.3. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.

El marketing experiencial y el comportamiento del consumidor son áreas en las que cualquier investigador puede profundizar. Sería interesante poder analizar otras empresas de distintos sectores, realizar un estudio de tipo longitudinal incluyendo los servicios que oferta Aqua Mágica o profundizar en los sentimientos de los consumidores.



6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adam, J. (1991). *The American amusement park industry: A history of technology and thrills*. Boston: Twayne Publishers. *Twayne Publishers*.

Alonso Rivas, J., & Grande Esteban, I. (2013). *Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing (7ª)*. Esic Editorial.

ben Lallouna Hafsia, H., Zghal, M., & Ezzahra Bakini Driss, F. (2008). L'influence des facteurs d'ambiance sur le comportement du consommateur : musique ou silence ? *La Revue Des Sciences de Gestion*, 234(6), 97–105. <https://doi.org/10.3917/rsg.234.0097>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527–538.

Chamizo Sánchez, R. (2015). *Gestión de la comunicación en los parques de ocio de España*. <http://orcid.org/0000-0003-4426-8298>

Consolación Segura, C., & Sabaté Garriga, F. (2008). Marketing experiencial: el marketing de los sentimientos y sus efectos sobre la mejora en la comunicación.

Corona Vazquez, G. (2012). *Comportamiento del consumidor*.

Daniela Raiteri, M. (2016). *El comportamiento del consumidor actual*.

Delgado Estrada, S., Villacis Aveiga, W. H., & Chávez Garcés, A. M. (2018). Análisis del comportamiento de compra en servicios intangibles. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 10(3). <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Gómez García, M. S., & Sequeira Narváez, M. de L. (2015). *Estudio del comportamiento del consumidor*.

Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*.

Holbrook, M., & Hirschman, E. (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *The Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140.

Jiménez Marín, G., & Zambrano, R. E. (2018). Marketing sensorial: merchandising a través de las emociones en el punto de venta. Análisis de un caso. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación En Comunicación*, 15, 235–253. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.12>

Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z*.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing turístico* (A. Cañizal, Ed.; 5ª). Pearson educación, S.A. www.pearsoneducacion.com

Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 332–351. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.003>

Lazo Calle, C. (2021). *Marketing experiencial y comportamiento del consumidor en el restaurante el Potrero Criollo Chiclayo - 2018 [Facultad de ciencias empresariales]*. <https://orcid.org/0000-0002-3221-4308>

López, P. L. (2012). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 69–74.

Loyola Alva, M. S., & Meyer Garfias, D. F. V. (2015). Aplicación de marketing experiencial para la fidelización de los clientes de un salón spa en la ciudad de trujillo en el año 2015.

Magro Magdalena, L. (2013). Marketing experiencial: Una nueva tendencia del marketing.

Martínez Zorita, R. (2013). Análisis comparativo de la actividad turística generada por los parques temáticos.

Moral, M., & Fernández, T. (2012). Nuevas tendencias del marketing: el marketing experiencial. *Entelequia Revista Interdisciplinar*, 237-251. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/20451Viewproject>

Nieto Almanza, C. C., & Pérez Borda, Ó. J. (2017). Marketing Experiencial Aproximaciones teóricas sobre su evolución como concepto y referencia sobre su funcionalidad para generar diferenciación en los mercados tradicionales. *Ingenio Libre*, 5(15).

Pastrana Molina, J. F., Riascos Rodriguez, N. F., & Rota Veléz, D. (2016). *Marketing Experiencial: "Comprando Emociones."*

Paul Peter, J., & Olson, J. C. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing* (R. A. del Bosque Alayón, Ed.; Séptima). www.FreeLibros.me

Pine, J. B., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 97-105.

Ponce Díaz, Mtra. Ma. D. J., Besanilla Hernández, T., & Rodríguez Ibarra, H. A. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. <http://percepcion.disegnolibre.org/2011/07/18/cultura/>

Poulsson, S. H. G., & Kale, S. H. (2004). The Experience Economy and Commercial Experiences. *The Marketing Review*, 4(3), 267-277. <https://doi.org/10.1362/1469347042223445>

Rizo, M. (2002). Experiencia, vivencia y construcciones de identidades. *Fondo de Cultura Económica*.

Schiffman, L. G., Lazar Kanuk, L., & Wisenblit, J. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Prentice Hall.

Schmitt, B. (2015). Experiential Marketing: A new framework for design and communications. *Journal of Marketing Management Experiential Marketing*, 10(2), 19-26.

Schmitt, B. H. (2000). *Experiential Marketing*.

Secall, R. E. (2001). Nuevo segmento emergente de turismo: los parques temáticos. *Cuadernos de Turismo*, 7, 35-54.

Verhelst Moreno, M. C. (2020). Evolución del Marketing Experiencial desde la perspectiva de sus principales exponentes.

Zamora Jaime, K. V., & Centeno Gutierrez, J. J. (2018). *Comportamiento del consumidor en las organizaciones*

7. ANEXOS

	PREGUNTAS	TA	A	I	D	TD
MARKETING EXPERIENCIAL	1 Se siente atraído por los servicios que ofrece Isla Mágica					
	2 El ambiente musical en Isla Mágica es acorde a la experiencia que ofrece					
	3 El efecto visual es adecuado en las actuaciones y atracciones del parque					
	4 La comida en los restaurantes de Isla Mágica es adecuada a la oferta y de buen gusto					
	5 La temperatura en el parque es adecuada					
	6 La experiencia que ofrece Isla Mágica le generan emociones positivas					
	7 Isla Mágica responde rápidamente ante un problema					
	8 Establece relaciones duraderas con el parque					
	9 Está dispuesto a volver a vivir experiencias en Isla Mágica					
	10 La experiencia que obtiene de Isla Mágica le genera gran beneficio					
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	11 Acudió al parque Isla Mágica motivado por las atracciones					
	12 Acudió al parque Isla Mágica motivado por las actuaciones					
	13 Acudió al parque Isla Mágica con familiares y/o amigos					
	14 La publicidad que realiza el parque es adecuada					
	15 Se enteró de los servicios de Isla Mágica por un amigo, familiar, etc.					
	16 Se enteró de los servicios del parque por Internet					
	17 Los precios de Isla Mágica en comparación con otros parques temáticos son adecuados					
	18 Siente preferencia por los servicios de Isla Mágica					
	19 Se encuentra satisfecho con los servicios obtenidos en Isla Mágica					
	20 Volvería a consumir los servicios de Isla Mágica					

TA: Totalmente Acuerdo. A: Acuerdo. I: Indiferente
D: Desacuerdo. TD: Totalmente desacuerdo

Hacia el Estado del Bienestar

María Camacho Bellido

Grado en Finanzas y Contabilidad. Escuela Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla

María López Charlo

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla.

Departamento de Economía e Historia Económica. Profesor titular de la Escuela

Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla.

Resumen:

En este presente trabajo se va a analizar la distribución del gasto público como instrumento para la consecución de una mejora del Estado de Bienestar y las políticas económicas fiscales realizadas por el gobierno para contribuir al alcance de los objetivos macroeconómicos.

Se determinará las principales partidas para el caso español y la evolución de las mismas en el periodo 2005-2020. Igualmente se realizará una comparativa con el caso alemán.

1. INTRODUCCIÓN

Se denomina Estado de Bienestar al conjunto de acciones y ejercicios por parte del Estado (a través del Gobierno) en búsqueda de una mayor atención a la redistribución y bienestar general de la población. (Pedrosa, 2019).

La preocupante situación que tiene España en este momento debido a la crisis sanitaria mundial por coronavirus no ayuda a conseguir plenamente el Estado de Bienestar de la sociedad.

Este Estado de Bienestar es muy relativo, puesto que depende del gobierno que haya en el poder en ese momento y las políticas que lleve a cabo. El bienestar social se da cuando los individuos alcanzan su máximo nivel de satisfacción debido a una serie de factores que influyen en la calidad de vida de las personas.

Las diferentes crisis por las que ha pasado y pasa España provocan el intervencionismo estatal. El Estado ante situaciones de desequilibrio económico

implanta políticas fiscales para mejorar la situación económica de la sociedad. Estas políticas económicas pueden, entre otras cosas, aumentar el gasto público o disminuirlo y esto puede ser un indicador sobre el bienestar de la sociedad.

Son fundamentales las políticas económicas que toma el gobierno frente a las diversas situaciones que se dan en la economía de un país, puesto que estas pueden tener efectos adversos si no se eligen las adecuadas.

En este trabajo se va a proceder a analizar las políticas económicas que lleva a cabo el gobierno que este en ese momento en el poder, para ver cómo actúa ante las diferentes situaciones económicas que presenta un país. Según las políticas que se apliquen varía la actuación frente al gasto público que será objeto de estudio porque nos permite entender el bienestar social en ese momento.

Según el gobierno y la situación que tenga cada país, se adoptan políticas económicas diferentes. En el caso de España, en marzo de 2019 el gobierno empezó a poner en marcha unas medidas económicas y sociales diferentes a las que habían optado hasta el momento, debido a la crisis por coronavirus. Entre estas medidas las más importantes fueron las destinadas a las ayudas por desempleo y a la sanidad.

El término desempleo incluye a todas las personas por encima de una determinada edad que están: a) sin trabajo, es decir, no trabajan por cuenta ajena ni por cuenta propia, b) disponibles para trabajar en la actualidad, c) buscando trabajo, es decir, actuando para encontrarlo. (Pugliese, 2000).

La pandemia afectó al empleo de muchas personas. Algunas de las medidas más importantes adoptadas por el gobierno para combatir el desempleo fueron:

- *Se amplía la cobertura de la prestación por desempleo a los trabajadores despedidos durante el periodo de prueba de un nuevo trabajo. (Moncloa, 2020).*
- *Se incrementa el ámbito de aplicación de los ERTes por causa de fuerza mayor para cubrir caídas significativas de actividad en aquellos sectores considerados esenciales que también han visto reducidos sus ingresos. (Moncloa, 2020).*

Otro tema relevante para el estudio de este trabajo es la sanidad pública, que es entendida como *conjunto de servicios, personal e instalaciones del Estado que se encuentran destinados y abocados a la preservación de la salud pública de los habitantes del mencionado estado. (UCHA, 2011).*

1. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

1.1. OBJETIVOS

El objetivo general del trabajo es analizar la evolución de las políticas fiscales, concretamente las variaciones del gasto público para la consecución del Bienestar Social, este a su vez se desglosa en:

1. Identificar los principales objetivos macroeconómicos a tratar de conseguir en una economía desarrollada.
2. Reconocer y analizar el importante papel del Estado en la consecución del Bienestar Social, y analizar la evolución en los últimos años de la distribución del gasto público como políticas económicas encaminadas a dicho fin.
3. Realizar una comparativa con el caso alemán como principal motor de la economía europea.

1.2. HIPÓTESIS

Son varias las hipótesis de partida consideradas en este trabajo.

1. El alcance de los principales objetivos macroeconómicos es un indicador clave de la situación económica de un país.
2. El Bienestar Social es un objetivo macroeconómico a garantizar por parte del Estado de cada país, y cada vez existen más políticas económicas encaminadas a conseguirlo.
3. La distribución del gasto público de una economía refleja la importancia relativa que cada nación hace del mencionado objetivo.

1.3. METODOLOGÍA

En el trabajo realizado se han empleado métodos tanto inductivos como deductivos para la consecución de los objetivos planteados y la corroboración en su caso de las hipótesis de partida.

Tras una amplia revisión bibliográfica se ha tratado de estudiar aquellos conceptos necesarios.

Tras el análisis de los principales objetivos e indicadores macroeconómicos se han definido las políticas económicas con el objetivo, como se ha dicho anteriormente del análisis de la evolución de los gastos públicos como tipo de política fiscal encaminada a la consecución del Bienestar Social.

Posteriormente y para el caso español se ha tratado de ver la relación existente entre la situación del ciclo económico y la distribución del gasto público por parte de las autoridades competentes.

Concretamente, y como principal indicador del crecimiento económico se analiza la evolución del PIB para el período de referencia, desde 2005 hasta la actualidad con la finalidad de apreciar varias oscilaciones del mencionado ciclo, tanto períodos de crecimiento y auge como de crisis económica.

Se analiza para el mismo período la evolución del equilibrio presupuestario y por último la distribución del gasto público.

Se dedica también un apartado independiente para el año en el que nos encontramos con idea de analizar la distribución del gasto como consecuencia de la crisis sanitaria actual

Por último, se realiza una comparativa tanto de la evolución del PIB como del equilibrio presupuestario, así como de la distribución del gasto con Alemania como primera potencia económica europea y motor de la misma y por tanto como posible guía en las actuaciones para países como el nuestro.

3. BIENESTAR SOCIAL

3.1. BIENESTAR SOCIAL

El Bienestar Social es el cúmulo de elementos que permiten enriquecer las condiciones de vida de las personas. El bienestar de la sociedad está compuesto por las siguientes dimensiones:

- *Integración social.* Se define como «la evaluación de la calidad de las relaciones que mantenemos con la sociedad y con la comunidad» (Keyes, 1998, p. 122). Las personas mantenemos diferentes relaciones con los seres de nuestro entorno, podemos tener relaciones de amistad, familiares, de pareja, etc. Estas relaciones hacen sentir a las personas sanas y con mucha vitalidad.
- *Aceptación social.* Para los seres humanos resulta indispensable percibir la aprobación de un grupo de personas, es decir, sentirse afín a ellos, compartir gustos, emociones y sentir que los apoyan en los aspectos negativos y positivos de su vida.
- *Contribución social.* Los seres humanos a parte de sentirse incluidos en un grupo de personas, necesitan percibir que se les valora en ese grupo y que

lo que aportan le sirve a los demás para hacer un bien, es decir, necesitan sentirse útil.

- **Actualización social.** Las personas para ser más felices necesitan creer y confiar en que la sociedad va a evolucionar. Así la gente confiará en el futuro de la sociedad y en su capacidad para producir bienestar.
- **Coherencia social.** Es «la percepción de la cualidad, organización y funcionamiento del mundo social, e incluye la preocupación por enterarse de lo que ocurre en el mundo» (Keyes, 1998, p. 123). Los ciudadanos se preocupan por saber qué tipo de sociedad los rodea e intentan entender los problemas.
- **Bienestar económico.** Este bienestar determina las condiciones económicas que se necesitan para conseguir el bienestar social. La intervención del Estado en la economía es fundamental para conseguir el bienestar económico, según las políticas que aplique el gobierno favorecerán más o menos a los distintos grupos sociales. Este apartado será objeto de estudio en este presente trabajo.

Según varios estudios, las personas que gozan de bienestar social son más felices que las que no lo tienen.

3.2.OBJETIVOS E INDICADORES MACROECONÓMICOS

Los objetivos macroeconómicos son las metas que se proponen lograr en un país, para poder mejorar la vida de los ciudadanos. Los principales objetivos son: crecimiento económico, pleno empleo, estabilidad de precios, equilibrio presupuestario del estado y equilibrio exterior.

Un indicador económico es un dato de carácter estadístico. La estadística económica tiene sus antecedentes en el siglo XVII con su máximo representante William Petty.

La economía necesita de la estadística para confeccionar los planes de desarrollo de la economía de un país, determinar las necesidades por territorios y las reservas que tienen.

Ahora bien, las cifras que nos proporciona esta estadística muestra el valor de los indicadores macroeconómicos. A través de estos podemos obtener un análisis y ver cómo está evolucionando la economía de un país.

Anteriormente hemos nombrado los principales objetivos macroeconómicos, a continuación, procedemos a explicarlos.

Crecimiento económico.

El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía. Usualmente se mide como el aumento del Producto Interior Bruto (PIB) real en un periodo de varios años o décadas. (Larraín y Sachs, 2004).

Si en un país hay crecimiento económico significa que las condiciones de vida de los ciudadanos mejoran.

Algunos economistas sugieren tres proposiciones para explicar el crecimiento económico. A continuación, vamos a citar las teorías del profesor Rostow. Una de ellas se basa en que es de naturaleza histórica y se debe estudiar dentro de un sistema de formación de periodos históricos. La segunda es la más importante, ya que dice que el crecimiento económico no es un proceso uniforme y continuo, si no discontinuo. Por último, el crecimiento económico depende de los distintos sectores de la economía, algunos avanzan más rápidos económicamente que otros.

Podemos destacar dos tipos de teorías del crecimiento económico, la teoría clásica y la moderna.

Teoría clásica

La teoría clásica comprende el periodo de tiempo desde 1600-1940 es representada por varios autores, aunque los dos más importantes fueron Adam Smith y Ricardo que defendían los estudios sistemáticos sobre el crecimiento económico. Empezaron a investigar sobre la expansión económica, sus causas y orígenes.

Para Adam Smith el desarrollo económico se caracteriza por ser un proceso interior y circular que resulta del proceso de acumulación del capital, el crecimiento de la producción y el empleo.

Teoría moderna

Robert Solow fue uno de los autores más importantes del crecimiento económico sobre los que se asientan muchas teorías modernas del crecimiento.

Solow fue el primero en poner en duda el modelo de Harrod, este se centraba en defender que el crecimiento económico era debido al consumo y a la demanda, una teoría anterior que Solow se encargó de perfeccionar. En 1956 el autor publicó un artículo llamado *Quarterly Journal of Economics* en el que mostraba su teoría en torno a la oferta y la inversión.

El modelo de Solow es conocido como modelo del crecimiento neoclásico, este modelo se encarga de estudiar la capacidad productiva que tiene un país, uno de sus puntos débiles es que estudia el crecimiento sin contar con el comercio internacional, es decir, no tiene en cuenta ni las importaciones ni las exportaciones.

El crecimiento económico se mide por el Producto Interior Bruto (PIB).

El Producto Interior Bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza que genera un país. (Arias, n.d.)

El PIB es bastante complejo de calcular, ya que mide el total de bienes y servicios de un país. Para calcular el PIB tenemos que conocer todos los bienes y servicios y sumarlos. El calcular del PIB se realiza a través de la contabilidad nacional y se utilizan tres métodos para su medición: el método del gasto, método del valor agregado y método del ingreso.

- *Método del gasto*: se trata de la suma que la población gasta en bienes y servicios finales. Por lo tanto, el PIB= consumo final + formación bruta de capital + exportaciones - importaciones.
- *Método del valor agregado*: es la suma del valor agregado que genera un país en la producción de bienes y servicios en un periodo determinado de tiempo. En este caso el PIB= Valor Agregado Bruto (VAB) + impuestos - subvenciones.
- *Método del ingreso*: suma de los ingresos que ganan los empresarios (trabajo y capital) durante un periodo de tiempo. PIB= remuneración de los asalariados + impuestos - subvenciones + excedente de explotación.

Podemos diferenciar dos tipos de PIB, el nominal y el real. El PIB nominal es el valor a precios de mercado de la producción de bienes y servicios finales de un país, durante un determinado periodo de tiempo, que en este caso es a corto plazo porque es un año o menos de un año. Mientras tanto el PIB real se mide como el valor de la producción de bienes y servicios finales a precios constantes. El principal objetivo del PIB nominal es mostrar si hay inflación o deflación de los precios mientras que el PIB real permite comparar la producción real de un país en periodos de tiempo diferentes.

Pleno empleo

El pleno empleo es una situación donde todos los individuos de un país, que están en condiciones de trabajar y que quieren hacerlo, se encuentran efectivamente trabajando ya sea como empleados de una empresa u organización o creando la suya propia. (Roldán, n.d.).

El pleno empleo ocurre cuando todas las personas que están buscando trabajo en un país lo encuentran, es decir, la demanda de trabajo se iguala a la oferta, de este modo el mercado laboral está en perfecto equilibrio.

Según Keynes, el pleno empleo hace alusión al momento en que toda la población con capacidad para trabajar se encuentra realizando dicha labor. (Keynes, 1936).

Ahora bien, lo contrario al pleno empleo es el desempleo que lo podemos definir según el autor Ilo como aquel que incluye a todas las personas por encima de una determinada edad (variable en cada país) que en el período de referencia estaban: a) sin trabajo, es decir, no trabajaban por cuenta ajena ni por cuenta propia, b) disponibles para trabajar en la actualidad, es decir, disponibles para un trabajo por cuenta ajena o por cuenta propia, c) buscando trabajo, es decir, actuando para encontrarlo (ILO, 1987).

El concepto del pleno empleo es más bien teórico, porque nunca va a existir una sociedad con una tasa de desempleo que sea cero. Para ello vamos distinguir varios tipos de desempleo:

- Desempleo cíclico o coyuntural es causado por los cambios de la actividad económica de un país. Este desempleo depende del ciclo económico que tenga un país en un momento dado, es decir, si estamos ante una crisis esta tasa de desempleo aumenta mientras que si estamos ante una fase de expansión se reduce.
- Desempleo estructural se da cuando los empresarios u otros organismos no logran encontrar el perfil de empleado que necesitan, es decir no se trata de escasez de demanda de empleo si no que las necesidades del puesto de trabajo han evolucionado debido a las tecnologías o a cualesquiera otros factores y los trabajadores no se han adaptado a las nuevas habilidades.
- Desempleo friccional es cuando las personas dejan su trabajo de forma voluntaria para dedicarse a otra actividad, ya sea para descansar, estudiar, etc. Este desempleo dura el tiempo que pasa entre que deja el trabajo y encuentra otro. Por este desempleo es por el cual nunca se llegará al pleno empleo, al menos no en el sentido Keynesiano.

- Desempleo estacional es aquel que en determinadas épocas del año el trabajo baja, debido a que hay actividades que se concentran más en algunos meses del año. Este desempleo a diferencia de los otros es previsible porque se conoce como fluctúa una determinada actividad a lo largo del año.

Para medir el paro que existe en una determinada sociedad y en un determinado momento se utiliza la tasa de desempleo. En definitiva, es la población activa que no tiene un puesto de trabajo. Para calcular esta tasa hay una fórmula que es la siguiente:

$$\text{Tasa de desempleo} = \frac{\text{Nº desempleados}}{\text{Población Activa (PA)}} \times 100$$

En España, el Instituto Nacional de Estadística (INE) es la institución encargada de publicar la tasa de desempleo.

Estabilidad de precios.

Según la definición que ofrece el Consejo de Gobierno del Banco Central Europeo *la estabilidad de precios es un incremento interanual del índice armonizado de precios de consumo de la zona del euro inferior y cercano al 2%, que debe mantenerse en el medio plazo.* (España, n.d.).

Sabemos que los precios de un país no se mantienen estables, puede haber un aumento generalizado de los precios y como resultado de este pueden adquirirse menos artículos, es decir, el dinero de devalúa. También puede darse el fenómeno contrario a la inflación que es la deflación. La deflación consiste en la caída general de los precios de los bienes y servicios de un país, esta caída debe ser prolongada para considerarse deflación, como mínimo dos semestres según el Fondo Monetario Internacional.

Tanto la deflación como la inflación son negativas. Si se produce un aumento de los precios y el salario mínimo interprofesional no aumenta, los consumidores pierden poder adquisitivo. Sin embargo, si nos encontramos ante una deflación que no es producida por una mejora tecnológica si no por una disminución de la demanda no beneficia que bajen los precios porque los consumidores no compran.

Por lo tanto, se dice que hay estabilidad de precios cuando el salario real de una persona no aumenta ni disminuye en los próximos años y, por lo tanto, puede adquirir la misma cantidad o parecida de bienes y servicios.

El principal indicador económico de la estabilidad de precios es el Índice de Precios al Consumo (IPC). El IPC mide la variación que sufren los precios de unos determinados bienes y servicios.

$$\text{IPC} = \frac{(\text{Precio año 1} \times \text{Cantidad año 1})}{(\text{Precio año 0} \times \text{Cantidad año 0})}$$

Otro indicador importante es el deflactor del PIB *índice de precios que proporciona una medida útil de la inflación y permite desagregar las series en sus dos componentes: precios y cantidades. Se calcula como el cociente entre el PIB nominal y el PIB real.* (Wolters Kluwer, 1987).

Este indicador es publicado y elaborado por el Instituto Nacional de Estadística. Su periodicidad es trimestral y se publica con dos meses de retraso respecto del trimestre vigente, es por eso que este indicador es menos utilizado que el IPC. Este retraso es la causa por la que el IPC es el principal indicador de precios, este se publica con dos semanas de retraso y tiene una periodicidad mensual.

Por último, podemos destacar otro indicador, el Índice de Precios al por Mayor (IPM) consiste en los cambios que sufren los precios tras realizar una transacción comercial, esta transacción se lleva a cabo entre productores, intermediarios y distribuidores de productos y servicios.

Equilibrio presupuestario del Estado

El equilibrio presupuestario del Estado se da cuando la suma de los ingresos de un país iguala al gasto público. Si los gastos superan a los ingresos nos encontramos ante una situación de déficit público. Si los ingresos superan a los gastos estaríamos ante un superávit público. El equilibrio presupuestario del Estado será objeto de estudio en este artículo.

Si en la economía doméstica de nuestra casa los gastos superan a los ingresos estamos ante una situación de inestabilidad económica, lo mismo pasa cuando esta inestabilidad es en las administraciones públicas.

Cuando esto sucede el Estado se ve en la obligación de aumentar los impuestos, esto agrava la situación en la economía de las personas, puesto que aumenta su gasto sin aumentar los ingresos. Por consiguiente, si aumenta el déficit del Estado tendrá que pedir dinero prestado, por lo que aumenta la Deuda Pública de un país. Por lo que si tenemos varios años seguidos de déficit la Deuda Pública va aumentando anualmente.

Según la Unión Europea el nivel aceptable de deuda para entrar en la zona euro no debe superar el 60% y el déficit público el 3% del PIB. Si se cumplen estos límites la economía debería funcionar correctamente.

Equilibrio exterior

El principal indicador del equilibrio exterior es la balanza de pagos. La balanza de pago es un documento contable cuya función es registrar todas las transacciones que tiene un país con el exterior. Esta balanza permite conocer todos los ingresos y gastos que tiene un país procedente de las importaciones y exportaciones de bienes, servicios, capital o transferencias.

Dentro de la balanza de pagos podemos distinguir cuatro cuentas diferentes:

- *Balanza de pagos por cuenta corriente*: esta balanza es la más importante porque registra las transacciones entre los residentes y los no residentes de un país. A su vez esta balanza se subdivide en subcuentas: balanza comercial, balanza de servicios, balanza de rentas y balanza de transferencias.
- *Balanza de cuenta de capital*: se registran movimientos de capitales.
- *Balanza de cuenta financiera*: se recogen las operaciones financieras que registra un país con otros, como pueden ser los préstamos, las inversiones o depósitos de los países extranjeros.
- *Cuenta de errores y omisiones*: en esta cuenta se incluyen los errores, dada la dificultad de calcular con precisión las exportaciones e importaciones de un país.

El saldo de estas balanzas puede ser positivo o negativo, es decir, pueden estar en superávit o déficit. Cuando nos encontramos ante déficit de la balanza de pagos es que a un país le cuesta más vender sus bienes y servicios que comprarlos, por lo tanto, exporta menos de lo que debería y recibe más importaciones de las que debería. Esto nos lleva a descifrar que el país no produce lo suficiente como para autoabastecerse.

Cuando el saldo de la balanza es positivo es que hay superávit, hay más exportaciones que importaciones. Se pueden diferenciar en *superávit comercial* cuando la balanza comercial es positiva, esto significa que el país exporta más de lo que importa. Si en nuestro país hay más inversiones con dinero extranjero que inversiones en el extranjero con dinero nacional se habla de *superávit de capital*. Para finalizar, no encontramos con el *superávit financiero*, que se distingue

porque un país puede financiarse por sí mismo, sin necesidad de pedir financiación al extranjero.

3.3. POLÍTICAS ECONÓMICAS

Las políticas económicas son los instrumentos que el Estado y el Banco Central utilizan para su intervención en la economía de un país, para lograr los principales objetivos, que son crecimiento económico, pleno empleo, estabilidad de precios, equilibrio presupuestario del estado y equilibrio exterior.

Las políticas económicas se pueden agrupar según su función temporal en **políticas coyunturales** y **políticas estructurales**.

Las **políticas coyunturales** pretenden vigilar los cambios económicos del país a corto plazo, también se les llaman políticas estabilizadoras puesto que intentan apoyar las diferencias entre el PIB efectivo y el potencial.

Estas políticas influyen en la demanda de empleo que depende del nivel de renta, en la inflación porque cuando aumenta la renta se incrementa la inflación y en las importaciones.

Los principales objetivos de esta política son: la estabilidad de precios, el pleno empleo y el equilibrio externo.

Sabemos que, sin unos precios estables, los ciudadanos no pueden alcanzar un buen nivel de vida, si los precios suben demasiado, es decir, inflación, tendremos menos poder adquisitivo y no podríamos comprar tantos artículos como antes porque estará todo más caro.

Por el contrario, si los precios bajan considerablemente, aunque parezca algo positivo para la economía no lo es, puesto que la demanda será inferior y como consecuencia la economía comenzará a desacelerarse porque los consumidores y las empresas reducirán el gasto y la inversión.

El pleno empleo ocurre cuando la demanda de trabajo se iguala a la oferta, es decir, todas las personas que buscan trabajo lo encuentran, esto se traduce como que el mercado laboral está en perfecto equilibrio.

El equilibrio externo hace referencia a la balanza de pagos, es decir que las transacciones con los países exteriores sean favorables. Podemos distinguir dos tipos de transacciones las autónomas y las de ajuste.

Las transacciones autónomas son las ocasionadas por actividades comerciales o financieras o por razones políticas y se hacen independientemente de la posición de la balanza de pagos.

Las transacciones de ajuste se realizan como consecuencia de las transacciones autónomas.

Las políticas coyunturales son las siguientes: política monetaria, política fiscal, política exterior y política de rentas.

Las **políticas estructurales**, por el contrario, tratan temas que corresponden con el largo plazo y pretenden aumentar la producción actuando sobre la oferta. Estas políticas se encargan de temas que implican cambios más cualitativos como la calidad de vida de las personas.

Tratan de elevar la productividad, mejorar el funcionamiento del mercado y favorecer la acumulación de factores.

Estas políticas se componen por la fijación de precios, las finanzas públicas, la reglamentación laboral, protección social, etc.

3.3.1. Política monetaria

La política monetaria consiste en la intervención del Banco Central Europeo sobre la oferta y la demanda de algunos activos financieros con el fin de provocar una modificación de los precios que favorezca a todo el mundo.

La política monetaria lleva en España desde principio de los años setenta, en estos años la política monetaria es entendida como un proceso bietápico que se divide en dos etapas. La primera de ellas el gobierno fija los objetivos que quiere alcanzar de crecimiento económico de modo que permita el crecimiento esperado del PIB y de la tasa de inflación. En la segunda etapa es el Banco de España es el que se encarga de manejar la liquidez del dinero con el fin de modificar las conductas de los demás bancos para poder cumplir con los objetivos deseados que son los de la primera etapa.

A principios de los años ochenta España no estaba en su mejor momento con respecto a la política monetaria, sufría una de sus peores épocas, tenía un gran coeficiente legal de caja, inflación y tipos de interés altos. En 1985 el Banco de España se recuperaba de esta gran crisis y esto permitió establecer una política monetaria más flexible.

Cabe destacar como hecho relevante que en 1998 se fundó el Banco Central Europeo siendo este el máximo responsable de la política monetaria.

El Banco Central gestiona la política monetaria por medio de operaciones de mercado abierto que consisten en comprar bonos a cambio de dinero y

aumentar así la cantidad de dinero. O la acción opuesta, vender bonos disminuyendo así su cantidad de dinero.

El objetivo de la política monetaria es buscar el crecimiento económico, esto significa mantener una inflación baja y estable y conseguir una estabilidad de precios.

La inflación y la deflación de los precios lo pretende controlar la política monetaria, decidiendo que cantidad de dinero debe haber en el mercado para mantener los precios estables. Esto hace que la política monetaria pueda ser expansiva o restrictiva, pero antes debemos de conocer la ley de la oferta y la demanda ya que juega un papel muy importante en este caso porque es la que explica que los precios bajen y que suban.

La ley de la oferta y la demanda es una de las teorías más importantes de la economía, muestra la relación que existe entre la demanda de un producto o servicio y su oferta teniendo en cuenta su precio. Cuando los demandantes compran el total de unidades que ha fabricado el oferente nos encontramos antes una situación de punto de equilibrio.

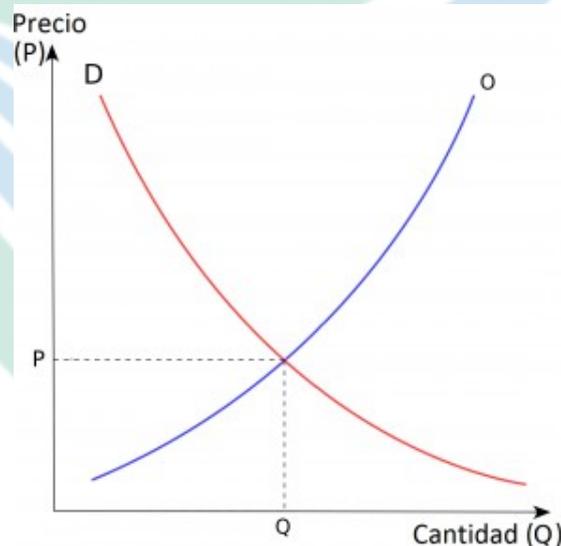


Figura 3.1. Ley oferta y demanda Fuente: Economipedia Andrés Sevilla Arias, 2015

Política monetaria expansiva

Cuando existe deflación en los precios de un determinado país es porque los individuos no ponen dinero en circulación, es decir, no gastan lo suficiente, esto hace que se produzca una disminución de la demanda y como consecuencia bajen los precios. Para combatir este efecto se pone en marcha una política monetaria expansiva. Esta política pretende poner en marcha un plan para aumentar el gasto de los individuos y así suba la demanda.

Las medidas más comunes que pueden adoptar son las siguientes:

Reducir el tipo de interés. El Banco Central de España proporciona dinero a los bancos comerciales a un tipo de interés muy bajo. Estos a su vez incitan a las personas a pedir préstamos, ya que como hemos comentado antes el tipo de interés es mínimo. Al conceder los préstamos conseguimos más dinero en circulación y esto hará que aumente la oferta y los precios suban.

Reducir el coeficiente de caja. Todos los bancos tienen que tener por ley un dinero en efectivo para poder cubrir las necesidades de los clientes. En tiempos de deflación una medida para combatirla es reducir este coeficiente de caja y así poder dar más dinero tanto a las empresas como a la economía doméstica.

Operaciones en el mercado abierto. Es una de las acciones más importantes del BCE, puede comprar Deuda Pública estimulando así el dinero en circulación y aumentando el consumo.

Política monetaria restrictiva

Esta política se aplica cuando se da en una economía la situación contraria. Cuando hay demasiado dinero en circulación provoca un aumento de precios, esto es, inflación. Para controlar esta situación el BCE también aplica una serie de medidas correctoras. Estas medidas consisten en subir los tipos de interés y así provocar una disminución de préstamos bajando la cantidad de dinero en circulación. Aumentar el coeficiente de caja de los bancos, esto induce a que deben de retener más dinero para tener garantía de sus depósitos. Vender deuda pública es la última medida más significativa, esta hace que los agentes económicos la compren y así reducen su dinero y como consecuencia el consumo.

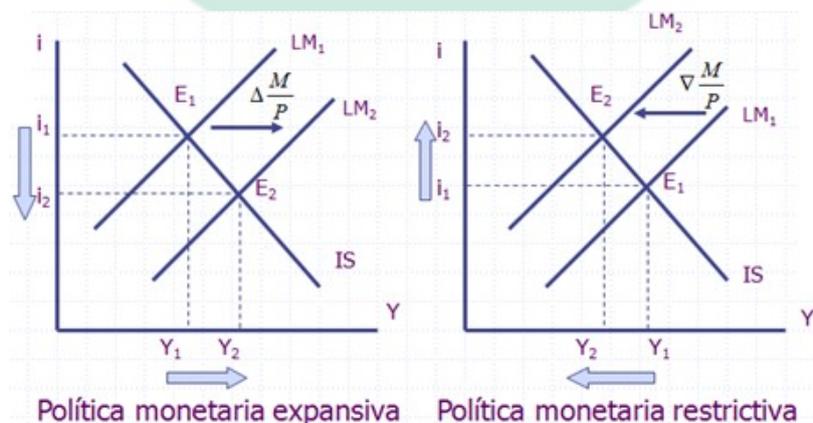


Figura 3.2. Política monetaria expansiva y restrictiva Fuente: Expert Training Agustín Burgos Baena (2017)

3.3.2. Política fiscal

La política fiscal es una disciplina de la política económica centrada en la gestión de los recursos de un Estado y su Administración. Está en manos del Gobierno del país, quién controla los niveles de gasto e ingresos mediante variables como los impuestos y el gasto público para mantener un nivel de estabilidad en los países. (Galán, 2015.)

Esta política configura el presupuesto del Estado que lo forman los gastos públicos y transferencias que realiza el Estado y los ingresos, en forma de impuestos, tasas, etc.

El gobierno de un país influye en el control de los ingresos y los gastos a través de esta política. Al influir en los ingresos y gastos de un país influye también en la demanda agregada (DA) y como consecuencia en la producción y el empleo. El principal objetivo de esta política es controlar la economía doméstica y protegerla ante los fuertes cambios que se producen en la economía.

El ciclo económico juega un papel fundamental en esta política, tenemos que saber porque momento está pasando la economía de nuestro país, para poder aplicar una política fiscal restrictiva o expansiva.

Ciclo económico

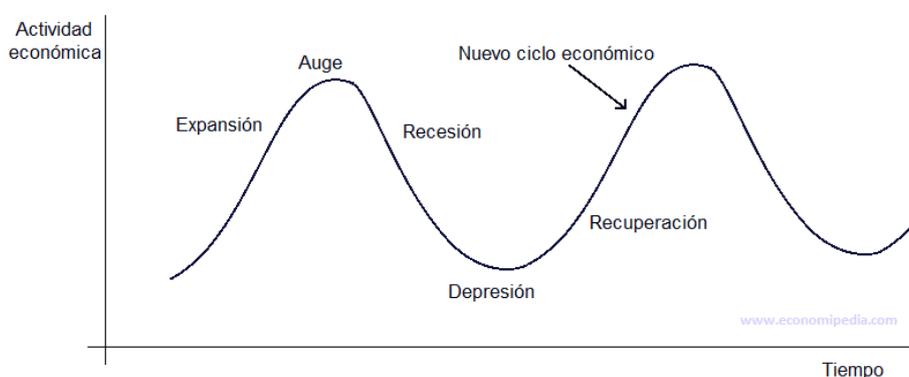


Figura 3.3. Ciclo económico

Fuente: Economipedia Andrés Sevilla Arias 2012

Según en la época del ciclo económico en la que se encuentra un país podemos estar ante una situación en la que la demanda agregada disminuye sin ningún control, esto provoca una parada de la economía porque la producción se estancaría y como consecuencia aumentaría el nivel de desempleo y disminuiría la renta. Para combatir esta situación el gobierno debe implantar una *política fiscal expansiva* que aumente el gasto público y el gasto privado. Tomando esas medidas se conseguirá aumentar la producción y seguidamente subirá el empleo y menos personas estarán en situación de paro por lo que la renta

aumentará. En resumen, esta política genera un déficit en el presupuesto del estado porque necesita más gastos públicos. Por último, cabe destacar que su principal objetivo es estimular el crecimiento económico y crear empleo.

A una situación contraria se le aplica una *política fiscal restrictiva*, esta política genera superávit en los Presupuestos del Estado porque se recortan los gastos públicos. Al recortar el gasto público baja la demanda y por tanto la producción. Otra medida que se utiliza es disminuir el gasto privado y como consecuencia suben los impuestos, disminuye la renta y baja el consumo. Esta política se lleva a cabo para evitar que se produzca una inflación de los precios y como consecuencia aumente el IPC.

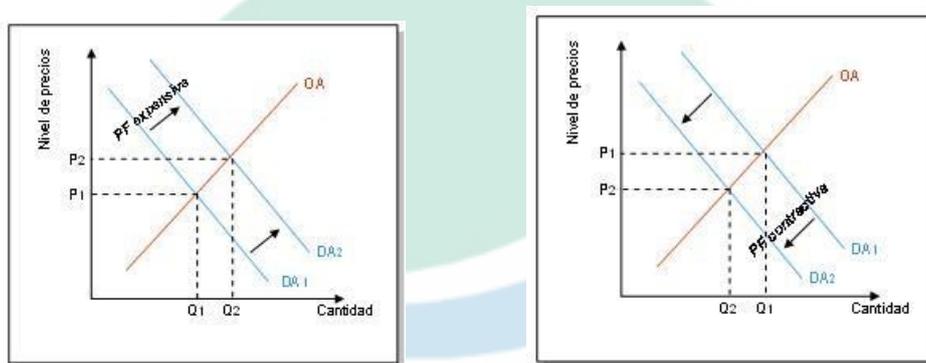


Figura 3.4. Política monetaria expansiva y restrictiva
Fuente: aprendeconomía Eva Baena 2010

3.3.2.1. SUPERÁVIT/DÉFICIT PÚBLICO

El equilibrio presupuestario como se ha comentado anteriormente es uno de los principales objetivos macroeconómicos, en este trabajo se va a realizar un análisis pormenorizado de las diferentes partidas que forman este equilibrio presupuestario, ciñéndonos sobre todo en el gasto público.

Se denomina superávit público a la situación en la que los ingresos superan los egresos (gastos). Dicha palabra proviene del vocablo latino *superare*, que significa elevarse por encima de algo o alguien. (Enciclopedia Económica, 2019).

Este superávit se expresa en términos del PIB, así se puede comparar la situación que hay en un país con los demás de forma más fácil y siguiendo el mismo criterio. Un superávit produce un excedente de dinero en la economía, por lo que el punto de equilibrio es positivo.

Al igual que el déficit, el superávit también se puede clasificar de diversas formas:

- **Superávit fiscal.** Se da cuando la administración pública de un Estado recauda más dinero del que gasta, es decir, cuando los ingresos superan a los gastos. A su vez este superávit fiscal se subdivide en *superávit público* que es cuando los ingresos de todas las administraciones de un país superan a los costos. También podemos diferenciar el *superávit presupuestario* que se da cuando el Estado hace una estimación de cómo será el saldo presupuestario dentro de un año. Por último, tenemos el *superávit primario* este no tiene en cuenta los costos de la deuda, es decir, no incluye los intereses de la deuda que tiene el Estado.
- **Superávit estructural.** Al igual que el déficit estructural este surge sin tener en cuenta los ciclos económicos y hay que corregirlo rápidamente. Aquí pueden aparecer varios tipos como son: superávit discrecional, tendencial, privado y alimenticio.
- **Superávit cíclico o coyuntural.** Aparece según los periodos económicos por los que esté pasando un Estado, región o país. Normalmente no se toman medida porque desaparecerán las causas que lo provocan solas.

Por otro lado, el déficit público ocurre cuando un Estado gasta más de lo que ingresa en un periodo de tiempo (normalmente un año). Como consecuencia de este gasto extra tiene que incurrir en deudas. Lo contrario al déficit público es el superávit público. (Ándres Sevilla Arias, 2012).

Cuando un Estado incurre en déficit público es porque los gastos son superiores a los ingresos que genera un país. Es decir, el país da más subvenciones o hace más obras públicas de las que se puede permitir porque sus ingresos que pueden ser obtenidos de los beneficios de las sociedades públicas o los impuestos son inferiores a los gastos.

El Estado está obligado a hacer una estimación de cómo será el presupuesto del Estado en el próximo año, si sale que los gastos y los ingresos serán iguales nos encontramos ante una situación de equilibrio. Si los gastos son mayores que los ingresos se dará déficit público y sí, por el contrario, los ingresos superan a los gastos nos encontraremos ante una situación de superávit público. A este déficit se le conoce como déficit presupuestario, porque como su propio nombre indica es una estimación. Lo normal en estos tiempos es que tengamos déficit público.

El déficit público es el déficit fiscal del conjunto de administraciones públicas que tiene un Estado, estos términos son considerados casi sinónimos, solo tienen una característica diferente y es que el déficit fiscal presenta el estado de las finanzas de cualquier institución pública y el déficit público lo presenta la suma de todas estas instituciones públicas. Este déficit afecta directamente a los ciudadanos de un país.

Podemos diferenciar dos tipos de déficit:

- **Déficit estructural.** En este no intervienen los ciclos económicos, cuando los gastos superan a los ingresos tanto las familias, como las empresas, y el gobierno tienen que hacer frente a esta situación y poner en marcha una serie de medidas para paliar la situación e intentar que no ocurra más.
- **Déficit coyuntural o cíclico.** Es una situación en la que, si intervienen los ciclos económicos de un país, por ejemplo, cuando nos encontramos ante un periodo de recesión o de crisis económica estaremos ante una situación de déficit público. En estos periodos de carencia el gobierno no necesitará aplicar tantas medidas como en el déficit estructural, porque pronto las causas que han llevado a estos periodos de decadencia desaparecerán solas.

3.3.2.2. INGRESO PÚBLICO

Los ingresos públicos se definen como la cantidad de dinero que proviene de un ente público que es utilizada para financiar a los gastos públicos. Estos ingresos siempre tienen que ser una suma de dinero, por lo tanto, no se consideran ingresos públicos ni las prestaciones en especie ni los medios que se obtienen de una confiscación. Otra característica que los diferencia es como su propio nombre indica que tienen que proceder de un ente público, es decir, el titular del ingreso tiene que ser una organización pública si no, no podremos considerarlo como ingreso público. Su objetivo más importante es financiar al gasto público, si hay suficientes ingresos se podrá financiar al gasto público sin ningún problema y el gasto podrá ejercer sus funciones más importantes y así poderle ofrecer a los individuos un bienestar social general.

Ahora bien, los ingresos públicos se pueden clasificar en varios tipos:

- **Ingresos tributarios.** Son los pagos que el Estado puede exigir a los ciudadanos estableciendo unos tipos de gravámenes. Estos ingresos son todos los impuestos, las tasas, las contribuciones, etc.
- **Cotizaciones.** Cuando trabajamos estamos generando unas cotizaciones que dan lugar a un derecho futuro de recibir una contraprestación. Esta fuente de

ingresos solo puede destinarse a pagar a las personas que antes han cotizado, no puede destinarse a sufragar otro tipo de gastos.

- **Contractuales.** Estos ingresos provienen de los contratos, cuando una compañía firma un contrato con un individuo, este obtiene unos ingresos (salario) y el sector público obtiene una serie de beneficios (ingresos públicos).
- **Deuda Pública.** Este tipo de ingresos son una parte muy importante, pero se intenta no tener que recurrir a él, cuando con las demás fuentes de ingresos no son suficientes se procede a pedir prestado originándose así la Deuda Pública.
- **Voluntarios.** No suelen ocupar una parte importante dentro de la clasificación de ingresos públicos, tiene una cuantía baja y suelen ser ciudadanos que donan dinero o bienes.

Cuanto más ingresos tenga un Estado más podrá gastar, estos ingresos se miden a través del PIB. Cabe destacar que para aumentar los ingresos de un país no siempre es bueno aumentar los impuestos y la deuda pública, esto lo explica la curva de Laffer.

La curva de Laffer es una representación económica que muestra la relación entre un impuesto y el nivel de recaudación total resultado del mismo. (Galán, 2016).

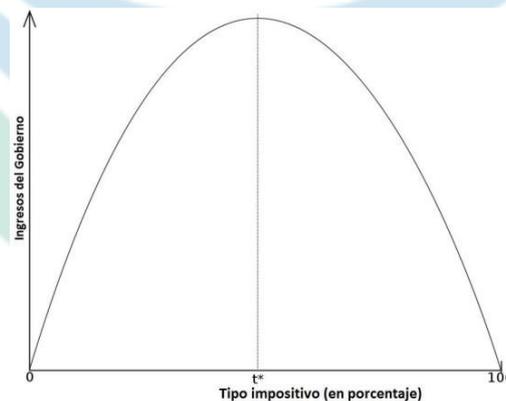


Figura 3.5. Curva de Laffer Fuente: Enciclopedia académica

El gobierno tiende a aumentar los impuestos cuando se encuentra ante una falta de ingresos públicos para así recaudar más dinero y poder solucionar los problemas de financiación. Laffer nos explica con este gráfico que cuando el tipo impositivo es 0 no se recaudan ingresos pero que cuando el tipo impositivo es 100 tampoco. Esto se explica porque cuando se les exige a los ciudadanos un tipo impositivo tan alto se les reduce la renta puesto que tiene que pagar más, por lo que no podrán invertir y bajarán su rendimiento de dedicación al trabajo.

Cuando el gobierno pone unos tipos de impuestos no tan altos llega un punto en el que se recauda el máximo dinero. Esto es debido a que, aunque los ciudadanos paguen impuestos al no ser unos tipos tan altos les queda dinero para invertir, consumir y tener una motivación para trabajar puesto que no todo es para pagar.

3.3.2.3. GASTO PÚBLICO

El gasto público es la partida más importante de este artículo, puesto que nos vamos a centrar en su investigación.

Se define como gasto público a aquella inversión de recursos financieros que realiza un Estado para cumplir con sus funciones. (Enciclopedia Económica, 2018).

El gasto público es la cuantía monetaria total que desembolsa el sector público para desarrollar sus actividades. (José Francisco López, 2019).

El Estado tiene una serie de objetivos como redistribuir la riqueza, reducir la desigualdad económica, ofrecer una serie de servicios a los ciudadanos como son las subvenciones, sanidad, educación, fuerzas armadas etc. Estos gastos se invierten distintos en cada país, según la situación que tengan.

Para todo esto se utiliza el gasto público. El gasto público como su propio nombre indica, lo debe controlar las entidades públicas y debe ser utilizado exclusivamente para la utilidad pública de los ciudadanos pudiendo así satisfacer las necesidades de estos. El poder legislativo es el que autoriza cuanto puede gastarse. Este gasto pretende complacer a todos los individuos de un país, aunque a veces el resultado no es el que se espera porque el Estado no tiene suficiente dinero para realizar la inversión conveniente.

Podemos clasificar el gasto en distintos tipos:

- *Gasto corriente*: en esta partida se encuentran los gastos dedicados a las operaciones más esenciales del Estado.
- *Gasto de capital*: aquí se aprecian los gastos destinados a la compra de activos. Se utiliza para mejorar la capacidad productiva de un país.
- *Gasto de transferencia*: estos gastos son la cantidad de dinero que se entrega a empresas y familias con el fin de mejorar un proyecto o ayudar a cumplir metas.
- *Gasto de inversión*: es la cantidad de riqueza que se destina a mejorar, a aumentar o a crear una infraestructura que sea para el bien público.

Las partidas a las que se destinan la mayor parte de los gastos y por tanto las más importantes son:

- *Educación*: comprende la cantidad de dinero que se destina a las administraciones educativas, este gasto también abarca la investigación y desarrollo relacionados con la educación.
- *Sanidad*: el gasto en sanidad proviene del gobierno e incluyen los servicios que se realizan en los hospitales, las donaciones externas, los gastos en farmacias, etc.
- *Protección social*: componen los desembolsos destinados a personas que sufren una enfermedad, que están en situación de pobreza y desigualdad, que tienen una edad avanzada, etc.
- *Servicios públicos básicos*: en este apartado se encuentran los costes de sueldos y salarios de la administración pública y los destinados a la administración fiscal laboral y de justicia.
- *Gastos de carácter económico*: son los destinados a la construcción de nuevas infraestructuras, es decir, gastos generalmente de inversión.

3.3.2.4. EDUCACIÓN

A la educación pública la financian las administraciones públicas, esta partida es una de las más importantes dentro de las que forman el gasto público por tanto será objeto de estudio en este artículo y más adelante estudiaremos su evolución.

Se pueden distinguir tres tipos de educación: pública, privada y concertada. La educación pública se caracteriza porque su administración y su financiación proceden de entes públicos. Los trabajadores de ella (profesorado) consiguen su puesto a través de unas oposiciones y si consiguen plaza pasan a ser funcionarios. Esta educación se caracteriza por ser una educación laica, es decir, los centros públicos carecen de contenido religioso. Esto no significa que en estos centros se le implanten pensamientos contrarios a la religión. La educación laica es una postura que se mantiene al margen.

En los colegios públicos se admiten a todos los alumnos, aunque la elección del centro va asociada a unos requisitos como puede ser la cercanía de la vivienda. Este requisito hace que el ambiente de un colegio dependa del barrio donde esté ubicado. Cabe destacar que, aunque la educación sea pública y este financiada por las administraciones públicas hay una serie de gastos que, si corren a cargo de cada alumno, como puede ser el material escolar, el transporte,

el comedor, etc. Para estos gastos podemos solicitar una serie de becas y ayudas que hay para la educación. Una beca es una ayuda que proporciona el Estado para la financiación de unos estudios obligatorios y postobligatorios siempre que el alumno cumpla una serie de requisitos como pueden ser las notas, la unidad familiar, la economía, el patrimonio y muchas otras condiciones. Además de estas becas también podemos contar con otras facilidades que nos da el gobierno para llevar a cabo unos estudios, como puede ser el fraccionamiento de pagos, por ejemplo, a la hora de pagar la matrícula de una universidad pública se permite poder fragmentar este pago.

La educación privada no tiene nada que ver con la pública. Esta educación son empresas privadas y no se financian con dinero de las administraciones públicas, se financian con las cuotas que tienen que pagar sus alumnos (clientes en este caso). Por lo que los estudiantes tienen que pagar al año un dinero a cambio de recibir los servicios de educación. Estos centros tienen una administración privada.

Una ventaja que tienen los colegios privados es que los estudiantes pueden elegir el centro que ellos deseen para estudiar, así en un mismo centro habrá alumnos con la misma condición social y económica un aspecto relevante para algunos ciudadanos. Estos centros no tienen por qué ser laicos, es más en la mayoría de los casos no lo son.

El profesorado no accede a su puesto de trabajo por medio de unas oposiciones como en el caso anterior, lo hace a través de una selección como puede ser una entrevista normal, ya que son empresas privadas.

Cabe decir que este tipo de educación no cuenta con ayudas de las administraciones públicas como pueden ser las becas, algunos centros proporcionan ayudas, pero obviamente ayudas privadas no públicas.

Por último, contamos con la educación concertada. Esta educación se caracteriza porque tiene una administración privada, pero está financiada mayoritariamente con recursos públicos. Por lo tanto, los alumnos no tienen que soportar todo el coste, solo una parte de ellos. Se considera una mezcla entre los colegios públicos y los colegios privados.

Los profesores no necesitan realizar unas oposiciones, entran en sus puestos de la misma forma que en los colegios privados. Estos colegios si cuentan con ayudas y becas que proporciona el gobierno.

España es uno de los países con más colegios concertados, porque no suelen soportar costes tan altos como los privados y generalmente tienen muy buenas instalaciones. La mayoría de los centros concertados si son religiosos.

Según datos del Ministerio de Educación, un 67,2% del alumnado no universitario opta por un tipo de enseñanza pública frente al 25,5% de los que asisten a un colegio concertado y el 7,3% a un colegio privado.

3.3.2.5. SANIDAD

Una gran parte del gasto público se lo lleva la sanidad pública. En el presente trabajo se estudiará la parte proporcional que soporta el gasto público con respecto a esta partida. Cabe destacar que en España contamos con dos tipos de sanidad, la pública y la privada.

La sanidad pública es financiada con los recursos de las administraciones públicas, estos hospitales se caracterizan por sus grandes tamaños. Al estar financiados por el Estado tienen que acoger a todos los pacientes no pudiendo rechazar a ninguno sea cual sea su enfermedad.

El costo de estos hospitales cuando accedes a ellos es cero porque los ciudadanos indirectamente los pagan con los impuestos que se recaudan poco a poco.

Un inconveniente de estos es que hay más pacientes que empleados. Hay un gran número de personas contratadas, pero al ser edificios tan grandes hay una proporción mayor de pacientes que de empleados. Como consecuencia los tiempos de esperas son demasiado largos.

La forma habitual para conseguir un puesto de trabajo fijo en un hospital público es por medio de unas oposiciones del estado, una vez aprobada con plaza se pasa a ser funcionario.

La sanidad privada la forman los hospitales privados que son empresas privadas que no se financian con los recursos de las administraciones públicas. Estos hospitales, aunque sean privado tienen la obligación de atender a cualquier paciente en situaciones de emergencia, aunque después se derive a un hospital público.

Los trabajadores de estas organizaciones entran en sus puestos a través de una selección por parte de estas entidades privadas. Estos hospitales son más pequeños que los públicos, y tienen un menor número de pacientes, por ello tiene una atención más cercana y menos tiempos de esperas. Están mejor

equipados porque reciben unas cuotas anuales de sus pacientes por lo que cuentan con más financiación, aunque sea privada.

Estos hospitales se pueden encarecer, según las condiciones que se hayan pactado si existe posibilidad de copago cuando se necesita hospitalización esta cuota puede aumentar.

3.3.2.6. RELACIÓN ENTRE EDUCACIÓN, EMPLEO Y BIENESTAR SOCIAL

La educación es un término que hoy día va asociado a la variable empleo, y el empleo a su vez genera bienestar social. Las personas que tienen ocasión de formarse tienen más oportunidades en el mercado laboral. Se puede decir que donde más injusticias sociales hay es en las zonas donde las personas tienen menos estudios y como consecuencia más desempleo.

Esta relación entre la educación y el empleo se ha afianzado mucho en los últimos años, a día de hoy el porcentaje de personas con estudios se ha incrementado bastante y esto afecta a los individuos que no tienen la capacidad, la paciencia o los recursos necesarios para estudiar, porque en la mayoría de casos consiguen antes y mejores empleos las personas más formadas que las que no están.

Aunque la adquisición de tecnologías está a la orden del día en las empresas, no basta con ellas, es el capital humano el único que puede garantizar la correcta ejecución de las tareas y para ello deben estar formados correctamente.

Resulta fundamental que en la educación de hoy en día se den a conocer las nuevas tecnologías, no exijan la especialización de los estudios en cursos muy bajos ya que la mayoría de niños no saben a lo que les gustaría dedicarse en un futuro. A ellos se debe informar sobre las carreras, los grados superiores y el mundo del trabajo en general. Informando de todo esto también se está contribuyendo a aumentar el bienestar social, puesto que los estudiantes no se sienten desorientados en sus vidas.

Se estima que la falta de estudios son las que promueven el alto desempleo en un país afectando sobre todo a los sectores sociales más desfavorecidos, a las mujeres que en su día no pudieron estudiar y las minorías étnicas. Esto trae consigo una disminución del bienestar social para estas personas, puesto que al no tener empleo pueden no sentirse realizadas y no tener el poder adquisitivo para cubrir sus necesidades básicas.

Cuando nos referimos a formación no nos referimos solo a los estudios que se adquieren en un instituto o en una universidad, sino también a la experiencia

que va dando un puesto de trabajo, a la capacidad de flexibilidad que tenemos para adaptarnos a las nuevas situaciones que van surgiendo.

Si no se garantiza una educación básica a la población no solo perjudica la vida laboral si no también la inserción en la sociedad, es decir, al bienestar social de una persona. España cuenta con una población joven muy preparada, pero hay que destacar que existe un alto índice de personas adultas con bastantes carencias de formación y por consiguiente muchas en situación de desempleo.

En conclusión, cabe destacar que la educación y la formación se han convertido en elementos esenciales para aumentar el crecimiento económico y el bienestar social. Por lo que aquellos países que no proporcionen la suficiente inversión para la educación se están estancando ellos solos.

3.3.2.7. RELACIÓN ENTRE SANIDAD Y BIENESTAR SOCIAL

A lo largo del siglo XX la salud de las personas fue mejorando y consigo el bienestar social, por eso podemos decir que existe una relación entre estos dos términos.

La tasa de mortalidad y la esperanza de vida han ido evolucionando para mejor a lo largo de los años, esto se debe a una mejor calidad de vida como puede ser el saneamiento de la población, vivienda, el trabajo, la salud y las mejores condiciones de vida en general.

El Estado de Bienestar engloba todo aquello que ayuda a las personas a sentirse mejor, como la inclusión social, el orden público, la justicia, etc.

El Estado de España se ha tomado la salud pública como parte de él llevando consigo una serie de medidas como la prohibición de fumar en lugares públicos o el control de los alimentos para mejorar la salud todo esto lleva consigo la mejora del bienestar social.

Como consecuencia de todo esto las personas de una sociedad tienen más vitalidad puesto que tiene una sanidad pública garantizada y además una vida social plena que hace que aumente su Estado de Bienestar.

4. EVOLUCIÓN DEL BIENESTAR SOCIAL EN ESPAÑA

En este capítulo se va a estudiar las principales partidas del gasto público: sanidad, educación y protección social. Se va a tratar de ver el efecto de las políticas fiscales implantadas por el gobierno para conseguir el Estado de Bienestar.

El periodo objeto de estudio será desde 2005 hasta 2020 con idea de encontrarnos con las diferentes situaciones que ha pasado la economía a lo largo de esos años.

4.1. SITUACIÓN ECONÓMICA DE ESPAÑA (2005-2019)

Desde 1999 hasta 2007 España estaba en uno de sus mejores momentos con respecto a la economía, esto es debido a el buen proceso de integración que tuvo en la consecución de la moneda única, el euro. España fue uno de los países que mayores beneficios obtuvo de la pertenencia a la Unión Económica y Monetaria (UEM).

Esta economía se encuentra en una fase ascendente de crecimiento y estabilidad macroeconómica. España fue uno de los países con mayor crecimiento económico, mejorando tanto su nivel de vida que incluso superó a Italia y se acercó muchísimo a Alemania, que en ese momento eran unos de los países más avanzados.

Ahora bien, según en la fase que se encuentre la economía española se aplican unas políticas de corte expansivo o restrictivo. Como se ha comentado antes, la económica era muy positiva en estos años, como consecuencia el gobierno implantó una política fiscal expansiva. En estos años la demanda agregada tuvo una subida considerable, esto dio lugar a una gran subida de empleo y como consecuencia una subida en la renta, seguidamente los precios de la economía aumentaron.

El periodo que comprende desde 2008 hasta 2014 se caracteriza por la gran crisis financiera que sufrió España. Esta crisis empieza en Estados Unidos en 2007 pero sus efectos no tardaron en llegar a todos los demás países.

En 2008 Lehman Brothers, uno de los bancos más importantes de inversión en Estados Unidos, entra en bancarrota, ese momento marcó un antes y un después para la economía. En España estalla la burbuja inmobiliaria, aumenta el desempleo, disminuye la renta y como consecuencia de todo esto produce una disminución acelerada de la economía.

El gobierno de España que gobernaba en ese momento no quería reconocer la crisis por la que se estaba pasando.

En 2009 el gobierno optó por implementar una política fiscal expansiva y para ello puso en marcha el denominado Plan E. Este Plan E iba destinado a conceder ayudas a las familias y empresas para fomentar el empleo, modernizar la economía y ayudar también a las financieras.

La política y el plan implementado por el gobierno no dio buenos frutos, solo consiguió aumentar el déficit público al incurrir en tanto gasto público.

En 2010 el gobierno se vio obligado a recortar de manera considerable los gastos públicos y aplicó una política fiscal restrictiva, esto disminuyó el Estado de Bienestar de la sociedad en ese momento.

A partir de 2015 se vio un claro crecimiento de la economía de España con respecto a la crisis económica. Las medidas que adoptó el gobierno para salir de la crisis fueron: proteger al comercio, subir los impuestos, reforma del sistema económico, etc.

Las exportaciones jugaron un papel muy importante para la mejora de la economía de España, de 90.000 empresas que exportaban se pasó a 150.000 empresas.

A partir de 2015 como la economía de España iba mejorando el gobierno optó por implantar una política fiscal expansiva. Esto hizo que el gasto público aumentara a la vez que el déficit iba disminuyendo.

Como se puede ver en la gráfica España presentaba superávit desde 2005 hasta 2007 a diferencia de la Unión Europea, lo que indica que España estaba en una mejor situación económica que la mayoría de países de la Unión Europea.

En el 2008 España presentó un déficit importante comparado con el superávit, que consiguió en los años anteriores. La Unión Europea también contaba con ese déficit, aunque en menor proporción. Los peores años en cuanto a déficit público para España fueron el 2009 y el 2012. A partir de 2013 el déficit remonta y disminuye acercándose así al de la Unión Europea.

A partir de 2014 el déficit tanto de España como de la Unión Europea van disminuyendo poco a poco hasta llegar al año 2019 que España aumenta su déficit.

Que el déficit en España aumentara en 2019 no son buenas noticias, este déficit llevaba disminuyendo desde 2014 y aumenta por primera vez desde entonces en 2019, esto es debido a un aumento del gasto público de unos 21.000 millones de euros.

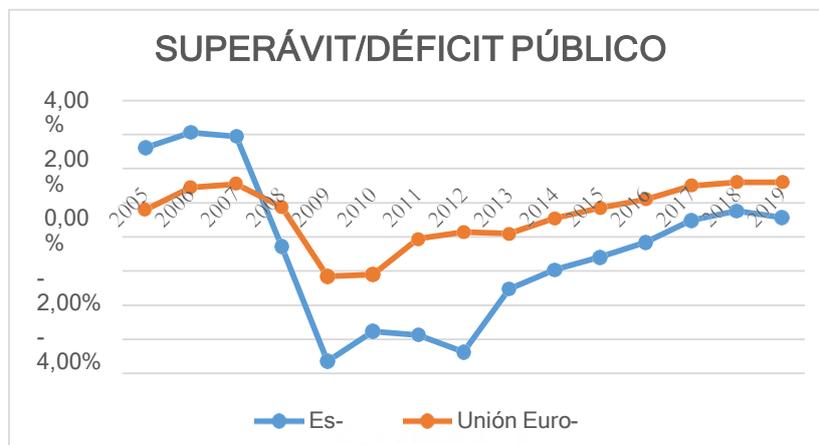


Figura 4.1. Superávit/déficit público de la Unión Europea (UE) y España.

Fuente: Elaboración propia basada en datosmacro.expansion.com

En la tabla siguiente, vamos a estudiar las partidas más importantes del gasto público, no todas, en 2005 el gasto público en España creció un 6,93% con respecto a 2004, con un total de 349.383 millones de euros.

En 2006 volvió a incrementarse el gasto público en España subiendo un 8,12% con un total de 377.876 millones de euros y alcanzando un 38,4% del PIB.

Por último, en 2007 el gasto público volvió a crecer, esta vez con un crecimiento mayor aún, un 9,43% con respecto a 2006. El total ascendió a 412.751 millones de euros, alcanzando el PIB 39,3%.

Tabla 4.1. Principales gastos públicos (2005-2007)

GASTO PÚBLICO ESPAÑA	2005	2006	2007
Servicios Públicos Generales	12,13%	12,01%	11,47%
Protección Social	33,56%	33,52%	33,26%
Educación	11,16%	11,22%	11,20%
Sanidad	14,77%	14,73%	14,56%
Cultura	3,72%	4,01%	4,19%
Asuntos de Carácter Económico	12,60%	12,56%	13,02%
Total	349.383	377.876	412.751

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

A continuación, vamos a estudiar la evolución de los gastos públicos desde el año 2008 hasta el 2014 que es el momento por el que España pasa por la crisis.

El gasto en el 2009 se incrementa un 7,52% con respecto a 2008, esto es debido a la política fiscal expansiva que implantó el gobierno.

En 2010 vemos como los gastos públicos disminuyen con respecto a 2009 un -0,15%, en 2011 tenemos otro decremento de -0,57%. Sin embargo, en 2012 tenemos una subida de un 2,00% pero de nada sirve porque en 2013 sufre la mayor bajada con un -6,52%. Estas continuas bajadas se deben a la política fiscal restrictiva que había en España en ese momento.

Tabla 4.2. Principales gastos públicos (2008-2014)

GASTO PÚBLICO ESPAÑA	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Servicios Públicos Generales	12,40%	12,29%	12,16%	13,53%	13,78%	15,85%	15,61%
Protección Social	33,46%	34,97%	36,34%	36,74%	36,52%	39,46%	39,41%
Educación	10,24%	10,06%	9,83%	9,61%	8,66%	9,00%	9,13%
Sanidad	14,65%	14,77%	14,41%	14,12%	12,94%	13,54%	13,64%
Cultura	3,95%	3,57%	3,62%	3,31%	2,53%	2,53%	2,57%
Asuntos de Carácter Económico	13,14%	12,47%	12,76%	12,37%	16,58%	10,16%	10,18%
Total	459.294	493.865	493.106	490.261	500.071	467.450	465.610

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

Para el periodo comprendido desde 2015 hasta 2019 que fueron los años en los que la economía de España mejoró por salir de la crisis económica de 2008, los gastos públicos aumentaron cada año, menos en el 2016 que disminuye un -0,04%, una cantidad casi insignificante. Esto es debido a la política fiscal expansiva que hay en el momento.

El aumento más significativo se produce en el año 2018 con respecto a 2017 que sube un 4,79%. Seguido del año 2019 que aumenta un 4,34%.

Tabla 4.3. Principales gastos públicos (2015-2019)

GASTO PÚBLICO ESPAÑA	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios Públicos Generales	14,76	14,43	13,49	13,47	13,00
Protección Social	39,13	40,03	40,47	40,53	41,33
Educación	9,39	9,59	9,70	9,52	9,52
Sanidad	14,06	14,33	14,48	14,38	14,48
Cultura	2,63	2,61	2,67	2,70	2,70
Asuntos de Carácter Económico	9,99	9,13	9,37	9,90	9,52
Total	472.962	472.733	478.669	501.630	523.441

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

En la siguiente gráfica se observa como la protección social es el gasto público al que se le destina más dinero, después en el segundo puesto tenemos a la sanidad y en el tercero a la educación. Estos tres gastos públicos serán los que analizaremos con mayor detenimiento a lo largo del trabajo.

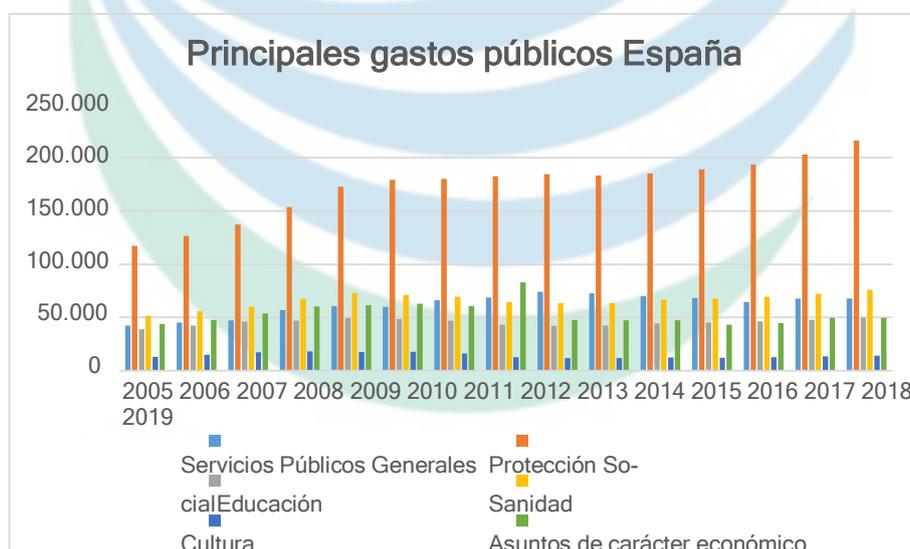


Figura 4.2. Gastos públicos en España (2005-2019)

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

4.2. GASTO EN SANIDAD

Como vimos antes la sanidad tiene una estrecha relación con el Estado de Bienestar, es por ello que vamos a analizar este gasto.

El porcentaje del PIB en sanidad expresa la importancia que da el gobierno a dedicarle más dinero o menos a la sanidad. Esto varía según el partido político que gobierne en ese momento y según las ideologías que tengan. Es por ello que existen conflictos y dudas al elegir a un partido político o a otro, porque cada uno favorecen los intereses de unos determinados grupos sociales.

Como se puede observar en el gráfico anterior el gasto en sanidad sufre un aumento cada año desde 2005 hasta 2008, alcanzando en 2005 el 5,53% del PIB en sanidad, en 2006 el 5,65%, en 2007 el 5,73% y en 2008 el 6,14%. En 2009 disminuye hasta 2014. A partir de 2017 hasta 2019 sufre un aumento continuado.

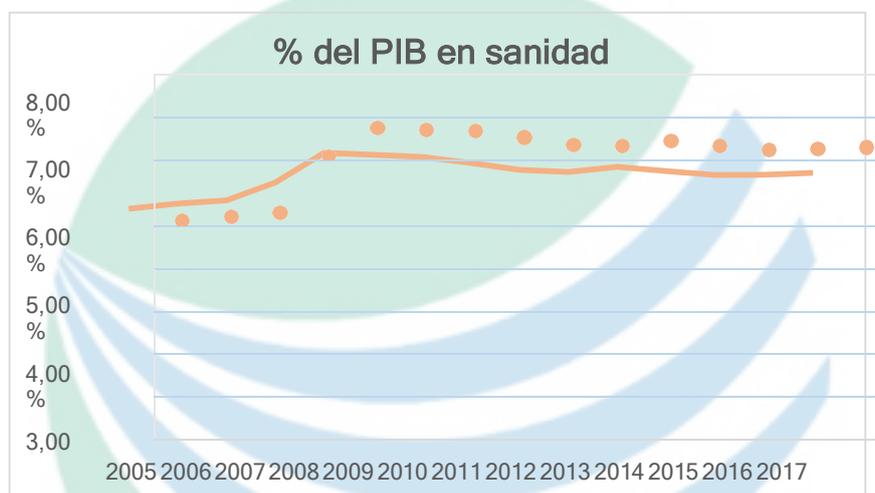


Figura 4.3. Porcentaje del PIB en sanidad (2005-2019) Fuente: Elaboración propia basada en datosmacro.expansion.com

Este gasto aumenta de forma escalonada desde 2005 hasta 2009 dedicando cada año una mayor cantidad de dinero por persona al gasto en sanidad. En 2005 se dedicó 1.175€ por habitante, en 2006 1.276€ y en 2007 1.361€, en 2008 1.483€ y en 2009 1.577€. Como consecuencia de esto el Estado de Bienestar en esos años en España con respecto a la sanidad, iba aumentando al igual que lo hacía el gasto público en sanidad porque como hemos visto en capítulos anteriores la sanidad tiene una fuerte unión con el bienestar social. A medida que se invierte más dinero en la sanidad pública el estado de bienestar de las personas va mejorando porque se sienten más protegidas con respecto a su salud, es decir, saben que pueden tener una mejor atención médica.

En 2012 el gobierno anunció unas nuevas medidas para recortar 7.000 millones de euros en sanidad y así frenar el déficit tan grande que tenía España en ese momento.

Se adoptaron medidas como el pago de prótesis ambulatorias que incluía abonar por ejemplo las sillas de ruedas, las muletas, etc. También había que pagar el transporte de enfermos no esencial. El copago de los fármacos, es decir, había que pagar un porcentaje de las medicinas. Se excluyeron de la prestación los medicamentos que no eran considerados esenciales. Los extranjeros tenían un tiempo límite para regular sus tarjetas sanitarias y los turistas no podían exceder de más de tres meses en España, si excedían se quedaban sin derecho a una asistencia sanitaria. Reducción del personal y, por último, los jóvenes mayores de 26 que no estuvieran cotizando debían presentar su escasez de ingresos, de lo contrario se quedaría fuera de disfrutar de una sanidad pública.

Por todas esas medidas comentada antes es por lo que el gasto en sanidad desde 2011 hasta 2014 bajo tantísimo y como consecuencia hay que comentar que el Estado de Bienestar a medida que bajaba este gasto iba empeorando.

La mayoría de los habitantes de España sufrieron una reducción de la renta, por lo que la economía doméstica estaba muy parada, no podían hacer frente a todos los gastos que tenían que soportar. Estos nuevos recortes en sanidad no ayudaban a conseguir el Estado de Bienestar en la sociedad. Ya vimos en capítulos anteriores que los individuos de una sociedad necesitan sentirse seguros con respecto a su salud. Sentir que si algún día sufren alguna enfermedad tendrán los servicios necesarios y estarán bien atendidos. Bien, pues los ciudadanos no podían tener esa seguridad con los recortes que se habían llevado a cabo en sanidad, por lo que el Estado de Bienestar de los ciudadanos estaba muy por debajo con respecto a los años anteriores a la crisis.

Hay que destacar que la sanidad ha sufrido un cambio importante desde 2012 hasta 2019. Como vimos anteriormente los años 2012 y 2013 fueron los que más recortes sufrieron en sanidad. A partir de 2015 y hasta 2019 el gasto en sanidad se ha ido incrementando.

En el 2016 el gasto en salud creció un 1,49% con respecto a 2015. En ese año se le destinó 1.535 euros por habitante. En 2017 tuvo un crecimiento mayor con un 5% y se le destinó 41 euros más por habitante.

Cabe destacar que a partir de 2015 el bienestar de la sociedad aumentó, ya que se salió de la crisis en la que España estaba inmersa y las condiciones económicas han mejorado. Se le ha destinado más gasto público a la salud y, por lo tanto, las personas que tienen rentas más bajas no se sienten tan desprotegidas en cuanto a sanidad.

La sanidad puede dividirse en varias partidas, a título de ejemplo vamos a analizar el año 2012, un año que se caracteriza por sufrir unos grandes recortes con respecto a los gastos públicos. La partida más importante de todas es la de servicios externos a pacientes, es decir, los pacientes que reciben consultas, pero no son hospitalizados. Esta partida tiene un porcentaje de 75,65%.

Otra partida importante, aunque con un porcentaje más pequeño (17,83%), es la de equipo instrumental y productos médicos. Esta partida hace referencia a los productos farmacéuticos, entre muchos otros.

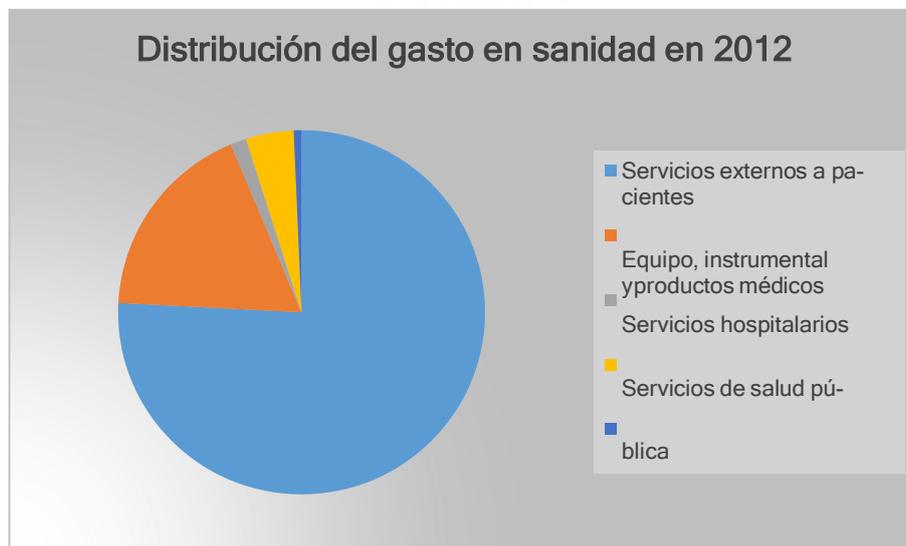


Figura 4.4. Distribución del gasto en sanidad (2012)

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas

4.3. GASTO EN EDUCACIÓN

Una partida muy importante para conseguir el Estado de Bienestar es la educación. Ya hemos visto que el Estado de Bienestar depende en gran medida de la educación y la formación, como dijimos en capítulos anteriores la educación abre las puertas al empleo y como consecuencia tener trabajo aumenta el bienestar de la sociedad.

El gasto público en educación en 2005 alcanzó el 4,29% del PIB, en 2006 un 4,30% y en 2007 el 4,41% como consecuencia, se incrementó el gasto en educación destinado a cada persona, lo que es un buen indicador para corroborar que el Bienestar Social ha mejorado.

La educación es una de las partidas del gasto público que más recortes sufrió con la crisis de 2008 junto con la sanidad.

Podemos ver en esta gráfica como el porcentaje del PIB en educación aumenta en 2009 un 0,39% con respecto a 2008. En 2010 empieza a decrecer notándose su más fuerte caída en 2012 con 0,31% menos que en 2011. Esto es debido a los mismos factores que afectan a la sanidad, a las diferentes políticas impuestas por el gobierno.

En 2015 el gasto público en educación creció con respecto a 2014 un 4,40%, y el PIB era de 4,27%. Desde 2015 y hasta 2019 el gasto en educación no dejó de crecer. En la siguiente gráfica podemos ver cómo, aunque el gasto en educación aumenta todos los años su PIB no lo hace igual.

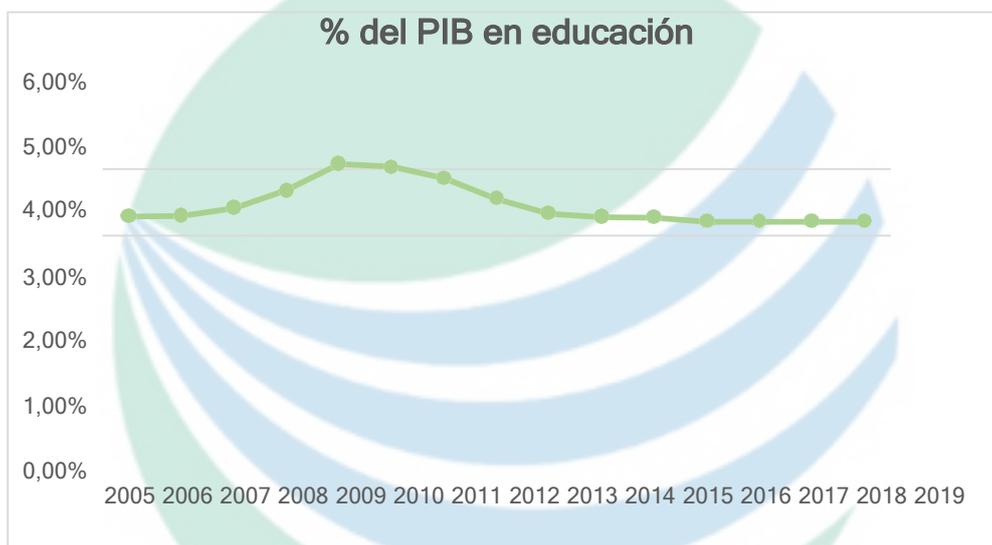


Figura 4.5. Porcentaje del PIB en educación (2005-2019)
Fuente: elaboración propia basada en datosmacro.expasion.com

Cabe destacar, que las becas destinadas a la educación son una parte muy importante para conseguir el Estado de Bienestar de una sociedad porque dan oportunidades a personas que no tienen suficientes recursos económicos, pudiendo así estudiar y formarse. En 2007 España incrementa un 25% el presupuesto para las becas, una iniciativa que hace incrementar el bienestar de la sociedad.

En 2010 el gobierno de España se había propuesto reducir del gasto público 6.000 millones de euros y para eso se lo quitó a la educación pública. Esto llevó consigo una reducción del profesorado, un aumento de alumnos en las clases, unos requisitos más duros para conseguir las becas, menos convocatorias

para las oposiciones, una reducción de sueldo de los funcionarios y aumentar las matrículas de los estudiantes universitarios en una media de 500 euros. Todas estas medidas no fueron suficientes para reducir los 6.000 millones de euros, por lo que en 2012 se aprobó la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE). Con esta ley se consiguió recortar 3.000 millones de euros y se llegó al objetivo que se había propuesto el Estado.

A partir de 2014 empieza a crecer el gasto destinado a la educación pública y se produce un aumento del bienestar social con respecto a la educación. Se le destina más gasto público a esta partida, por lo que la sociedad tiene más oportunidad para formarse y estudiar. También cuentan con más ayudas y becas, por lo que los ciudadanos con menos recursos económicos tenían la oportunidad para estudiar.

Los gastos en educación se reparten según una clasificación funcional que son: la educación preescolar y primaria, que es la partida más importante y a la que se destina más dinero, educación secundaria y formación profesional, universidad, educación no reglada por niveles, servicios complementarios y por último I+D en educación.

Como en el apartado anterior analizaremos el año 2012 a modo de ejemplo, ya que es un año marcado por la gran crisis económica y los numerosos recortes que hubo.

Se puede observar en la gráfica que la partida más importante es la educación preescolar y primaria con un 38,66% del total. En esta partida van incluidos todos los sueldos que se destinan a ese profesorado. La educación secundaria y la Formación Profesional (FP) ocupan el segundo lugar con un 36,58% igualando casi a la anterior.

Otra partida a destacar son los servicios complementarios, que se refiere a las ayudas destinadas a estudiar, como pueden ser las becas, las ayudas al transporte escolar, los comedores...

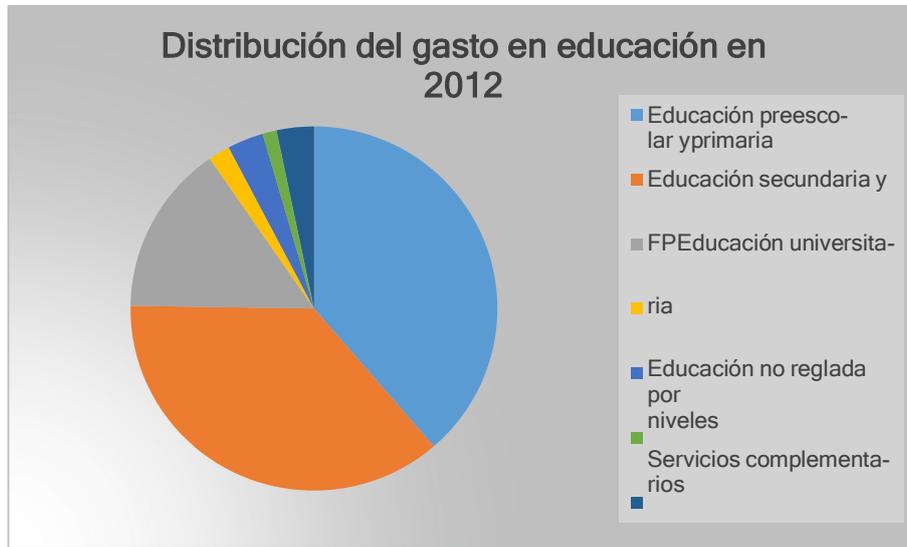


Figura 4.6. Distribución del gasto en educación (2012)

Fuente: Elaboración propia basa en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

4.4. GASTO EN PROTECCIÓN SOCIAL

El gasto en protección social es la partida más importante del gasto público y a la cual se le destina más dinero. Este gasto se divide en varias partidas, para ver que partida es más importante vamos a analizar el año 2012 como hemos hecho en los apartados anteriores.

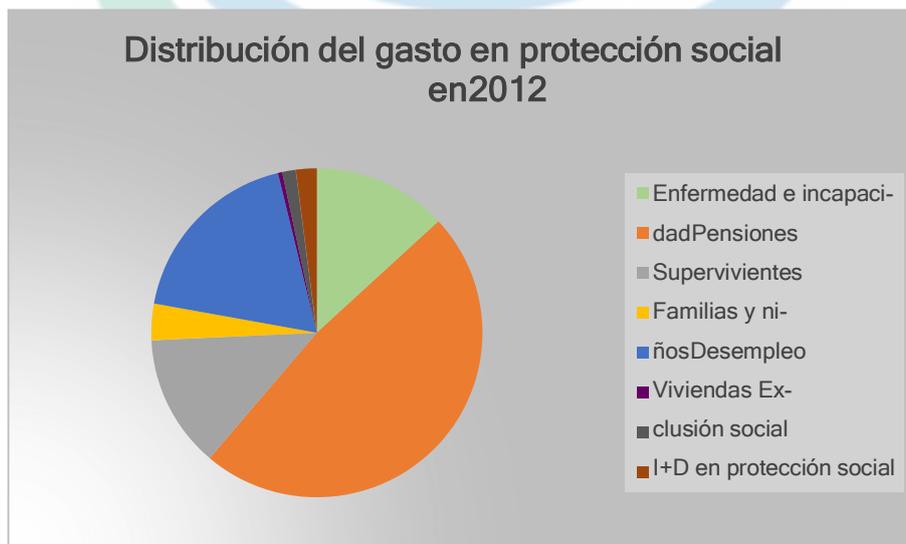


Figura 4.7. Distribución del gasto en protección social

Fuente: Elaboración propia basada en COFOG. Clasificación de las funciones de las administraciones públicas.

Tal y como vemos en la gráfica, las partidas más importantes dentro de los gastos en protección social son las pensiones y las prestaciones por desempleo.

Las pensiones ocupan el lugar más significativo de este gráfico con un 48% del total, esto es debido a la longevidad de vida que tienen las personas mayores en esta época, un indicador de bienestar social. Otro buen indicador del bienestar de una sociedad son las prestaciones por desempleo, cuanto menos gasto se le dedique a esta partida mejor, puesto que habrá menos personas en situación de desempleo.

Aunque en ese preciso momento la sociedad no gozaba de un Estado de Bienestar pleno debido a la crisis por la que estaban pasando. Este gasto actúa de diferente manera al de sanidad y educación porque si hay más personas paradas el gasto por desempleo aumenta, por lo tanto, el estado de bienestar iba reduciéndose en estos años.

Cuando España sale de la crisis de 2008 los gastos en protección social aumentan cada año de 2015 hasta 2019. En 2019 es cuando el gasto en protección social aumenta más, sufre un aumento de 6,40% con respecto a 2018.

Otra partida que aumenta en estos años es la ayuda destinada a los supervivientes, estas personas son las que han sufrido maltrato y agresión sexual entre la más importantes. Se implantan proyectos y programas para ayudarlas.

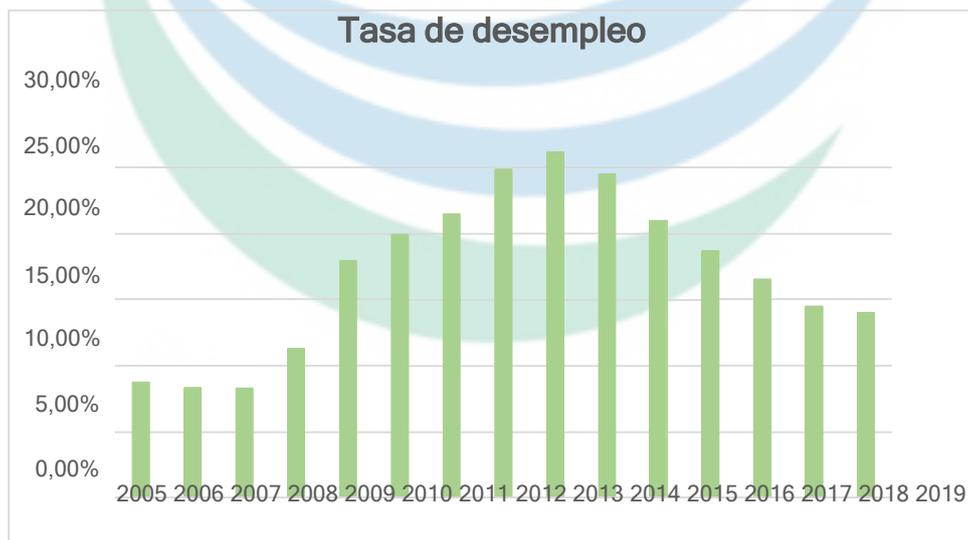


Figura 4.8. Tasa de desempleo (2005-2019)

Fuente: Elaboración propia basada en datosmacro.expansión.com

Por otro lado, tenemos las prestaciones por desempleo que, aunque es la siguiente partida a la que se le destina más gasto no es tan significativa como la de las pensiones. España de 2005 a 2007 está en un periodo de la economía creciente y el exceso de demanda agregada genera empleo por lo que hay pocas personas en situación de desempleo. En 2005 la tasa de desempleo era de 8,7% una de las más bajas desde 1978. En 2006 de 8,3% más baja aún que en 2005 y para terminar en 2007 seguía bajando con un 8,25%.

A partir de 2008 podemos observar cómo año tras año va aumentando la tasa de desempleo, siendo en 2013 la cifra más alta con un total de 6.278.200 parados.

A partir de 2014 se puede ver como se reduce esta cifra incluso por debajo de 2012, lo que viene siendo una buena noticia, puesto que habría menos personas en desempleo y con esto aumentaría el Estado de Bienestar a la sociedad.

El desempleo explica porque el gasto en protección social no sufre bajadas en 2012 como en sanidad y en educación, porque a más personas en desempleo más hay que destinarle a esta partida de gastos.

Desde 2015 hasta 2019 esta tasa no para de disminuir, por tanto, la situación económica de España mejora por momentos. Esta bajada de la tasa de desempleo es debida al intento de generación de empleo que ha implantado el gobierno. Por lo que en este periodo el bienestar de la sociedad iba mejorando.

4.5. CRISIS SANITARIA COVID-19

El 17 de noviembre de 2019 se da en Wuhan (China) el primer caso por coronavirus, un virus totalmente desconocido por la sociedad. En 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara un brote de emergencia sanitaria global. Este virus no tardó en llegar a España y a otros países.

A finales de enero de 2020 se da el primer caso por Covid-19 en España y el 14 de marzo de 2020 el presidente declara el estado de alarma. Este estado de alarma limitaba las movilizaciones sin una causa justificada, ordenó el cierre de todos los colegios y universidades, lo comercios no esenciales tampoco podían estar abiertos, solo las tiendas de primera necesidad, como los supermercados, las farmacias, etc.

Hasta el 9 de mayo de 2020 no se levantó el estado de alarma, pero con una serie de medidas que los ciudadanos debían cumplir y que a día de hoy hay que seguir cumpliendo. Todo esto fue un parón para la economía de todos los países, incluida la de España.

El gobierno de España tomó una serie de medidas para combatir también la crisis económica a la que se enfrentaba España, algunas de ellas fueron la suspensión de las hipotecas bancarias para aquellas familias que habían reducido su renta como consecuencia del coronavirus, garantizar un suministro de luz, agua y gas para las personas más vulnerables, las prestaciones por desempleo no contaban en periodo de coronavirus, se concedió el llamado ERTE para las personas que no pudieran llevar a cabo su trabajo, se dio ayudas para las empresas exportadoras, etc.

Todas estas medidas dieron lugar a que el gobierno implantara una política expansiva. Como consecuencia de esta política expansiva, en España se incrementó el gasto público un 12,03% con respecto a 2019 y ocupó un 52.3% de su PIB una subida de 10,12 puntos con respecto a 2019. El total de gasto público en España en 2020 era de 586.389

millones de euros.

Esta crisis sanitaria provocó que el déficit público de España en 2020 aumentará con respecto al último año que había sido 2019. En 2019 había un déficit de -2,86% mientras que en 2020 era de -10,97% un incremento bastante notorio. Cabe destacar que España alcanzó en 2020 el déficit público más alto de toda la Unión Europea.

4.5.1. Gasto en sanidad en época de crisis sanitaria

Los gastos en sanidad ocupan sin duda una parte muy importante en medio de esta crisis sanitaria mundial. Debido al aumento de personas con coronavirus los hospitales estaban colapsados y el personal sanitario necesitaba refuerzos. Esto hizo que el gasto en sanidad aumentara notablemente y paso de 75.932 a 84.004 millones de euros.

Como consecuencia el PORCENTAJE PIB aumentó 1,23 puntos con respecto a 2019 y se situó en un 7,60% del PIB en sanidad. Esto es debido a la importancia que le dio el gobierno a este gasto debido al aumento de la presión hospitalaria.

El personal sanitario necesitó refuerzo en sus plantillas ya que no podían hacer frente a la cantidad de personas que habían hospitalizadas por coronavirus. Esto provocó un aumento de la contratación de personal. En julio de 2020 había contratados 538.436 profesionales, es decir, 23.484 trabajadores más que a principios de año.

Todo esto llevó consigo una serie de medidas nuevas en la que los profesionales sanitarios que estuvieran jubilados podían incorporarse en la plantilla y los que estuvieran en el último año de su especialidad también podían ejercer como profesionales.

También se habilitaron diversas plantas en los hospitales solo para coronavirus y no siendo suficiente tuvieron que preparar hoteles y edificios para dar allí también atención hospitalaria.

El estado de bienestar se ha tambaleado bastante con esta crisis sanitaria, como hemos visto antes el gobierno ha aplicado diferentes medidas para garantizar que la sanidad vaya bien, pero no es suficiente para que la sociedad esté tranquila en medio de una crisis sanitaria mundial que ha tenido miles de muertes al día.



Figura 4.9. Evolución de la plantilla en sanidad pública (2009-2020)

Fuente: Ministerio de Función Pública

4.5.2. Gasto en educación en época de crisis sanitaria

La educación también fue muy afectada por la crisis sanitaria del coronavirus. En 2019 según el Presupuesto General del Estado se le dedicó a la educación 2.541 millones, es decir el 0,69% del presupuesto total. Para 2020 se estimó 2.876 millones de euros. Y para 2021 se espera un gran incremento de 4.893 millones de euros ocupando el 70,2% del presupuesto total español. En total se le destinó a la educación pública 55.197 millones de euros.

Cuando el gobierno declaró el estado de alarma las clases pasaron a ser no presenciales, dándose la mayoría de ellas por vía online.

Ahora bien, para el curso escolar 2020/2021 la mayoría de alumnos volvieron a dar las clases presenciales para todo ello se llevaron a cabo una serie de medidas para garantizar la salud de todos los integrantes de los centros educativos.

Algunas de las medidas fueron: los alumnos que se encontrasen con síntomas no podrán ir a clases, en la mochila debe ir todo el material escolar necesario, ya que no se puede compartir, mascarilla obligatoria para los mayores de 6 años, aunque es recomendable usarla en todas las edades. Los centros educativos han establecido una escala de horarios para la entrada y la salida de alumnos para así evitar aglomeraciones. Se les toma la temperatura al entrar a clase, las mesas tienen que estar separadas 1,5 metros y la limpieza de las aulas y de las zonas comunes es fundamental. Las clases deberán ser ventiladas 10 minutos cada hora si no es posible mantener las ventanas y puertas abiertas. Por último, las clases se reducirán en la medida de lo posible.

Para cumplir todas estas medidas La Consejería de Educación y Deporte ha adjudicado un total de 9.032 plazas de maestro de Infantil y Primaria y profesores de Secundaria, Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen Especial para el curso 2020/21 a través del Sistema de provisión de interinidades (SIPRI) para cubrir vacantes o sustituciones que se produzcan a lo largo del curso escolar. Del total de puestos, 3.935 son docentes adicionales para reforzar las plantillas ordinarias de los centros educativos y poder adoptar las medidas organizativas y curriculares necesarias como consecuencia del coronavirus. (Oficina de Comunicación de la Junta de Andalucía, 2020).

El Estado de Bienestar en este momento con respecto a la educación no pasaba por su mejor momento, todas las medidas que se habían implantado y el miedo por contagiarse en las escuelas hizo que muchos padres no quisieran llevar los niños a los centros educativos, aunque el gobierno ordenó su asistencia.

4.5.3. Gasto en protección social en época de crisis sanitaria.

El gasto en protección social aumenta debido a la crisis sanitaria, a falta de datos no podemos indicar cuanto aumenta exactamente esta partida dentro de los gastos públicos.

La partida más importante a destacar del gasto en protección social en época de crisis es sin duda las prestaciones por desempleo. La tasa de desempleo en 2020 alcanzó el 16,10% un total de 527.900 parados, la tasa más alta desde 2017. Esta tasa tan elevada pone fin a 6 años consecutivos de descenso del paro y también de creación de empleo.

El gobierno dedicó a este tipo de prestaciones unos 36.396 millones de euros. Esta cifra supone un 91% más de lo que se gastó en “financiar” el paro en 2019. Concretamente, 17.374 millones más. (Ministerio de Trabajo, 2020).

El paro juvenil se sitúa por encima del 40%. Situación que influye al Estado de Bienestar de la sociedad porque que la población más joven tenga una tasa de desempleo tan alta no es buena señal.

Para paliar todos los puestos de trabajos que se habían perdido el gobierno llevo a cabo una serie de medias. Las más importantes fueron:

- Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE).
- Personas que estén de baja en las empresas por el contagio del virus se les dará de baja y la prestación se hará cargo la seguridad social no la empresa.
- Prestación extraordinaria por desempleo para artistas.
- Prestación extraordinaria por desempleo para técnicos y auxiliares de la cultura.
- Prestación extraordinaria por desempleo para profesionales taurinos.
- Reducción de jornada, todas aquellas personas que tuvieran que reducir su jornada por estar al cuidado de mayores, niños, etc.

Por lo tanto, como bien hemos comentado antes el bienestar de la sociedad ha disminuido con respecto a 2019 pero a diferencia con la crisis de 2008 en esta se han destinado diversas ayudas para paliar los diversos efectos que está teniendo, por lo que el Estado de Bienestar no es tan bajo como en 2008.

5. COMPARATIVA CON ALEMANIA

Alemania es la mayor potencia económica de Europa y la cuarta mundial, tan solo tiene por delante a Estados Unidos, China y Japón. En este capítulo vamos a comparar España con Alemania por tener una de las mejores economías, así podremos ver la evolución del superávit y el déficit público, así como las partidas del gasto público en la crisis sanitaria actual.

5.1. CRISIS SANITARIA COVID-19 EN ESPAÑA Y ALEMANIA

Una de las economías más envidiada por los países de la Unión Europea es la de Alemania, es por ello que se ha seleccionado como país a comparar con España, ya que la envergadura del trabajo no permite hacerlo con un numero amplio de países.

En esta gráfica se puede observar el superávit y el déficit que ha tenido España y Alemania a lo largo del periodo que se ha estudiado en los capítulos anteriores desde 2005 hasta 2020. Como se puede ver España solo tiene menos déficit en los años 2005, 2006 y 2007, en el resto de años siempre tiene un mayor déficit que Alemania siendo en 2020 uno de los años en los que más sube el déficit en los dos países. Esto es debido a la crisis sanitaria Covid-19 que como ya hemos mencionado antes ha sido una crisis a nivel mundial.

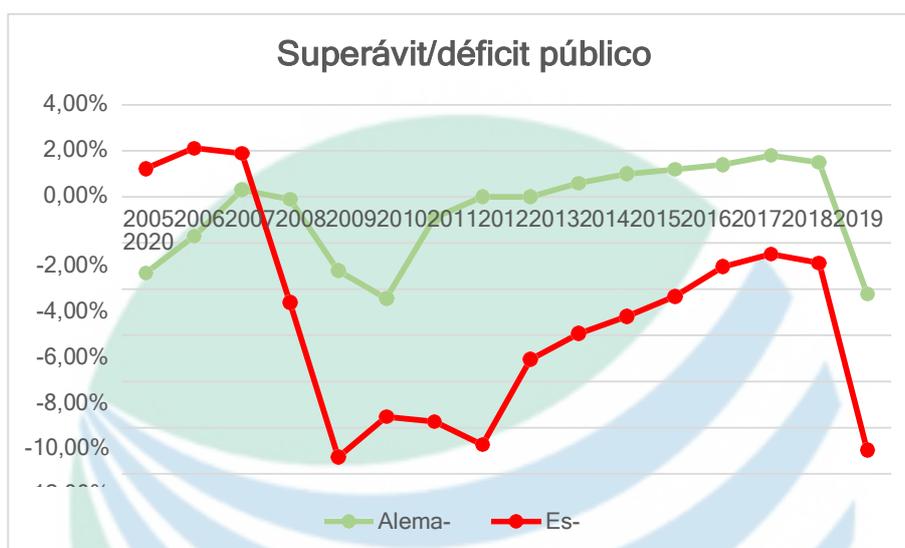


Figura 5.1. Superávit/déficit público España y Alemania
Elaboración propia basado en datosmacro.expansion.com

Como la parte principal de este trabajo es analizar los gastos públicos, vamos a llevar a cabo una comparativa entre ambos países. En esta grafica se observa como a diferencia de la gráfica anterior, el porcentaje del PIB en gastos públicos no es tan dispar.

La mayor subida de España es en el 2020 que se sitúa por encima de Alemania, acción que no ocurría desde 2013. Esto también es debido a la crisis sanitaria que hay en ese momento puesto que los gastos públicos han aumentado para combatir esta crisis sanitaria que ha derivado en una económica.

Alemania en 2020 destinó 1.702.572 millones de euros al gasto público, mientras que España destinaba 586.389 millones de euros, se ve una clara diferencia entre un país y otro, teniendo en cuenta que están en una época de crisis sanitaria-económica.

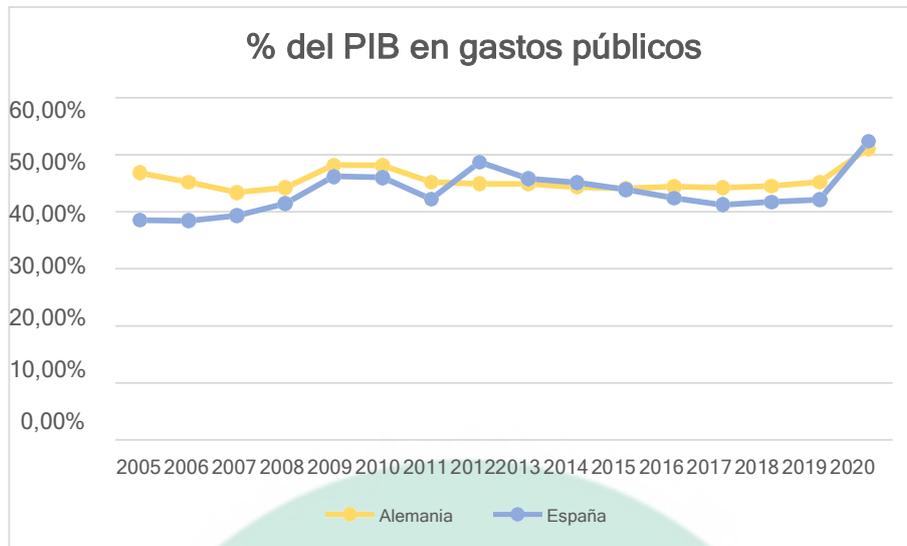


Figura 5.2. Porcentaje del PIB en gastos públicos.
Elaboración propia basada en datosmacro.expansion.com

Al igual que España, el gobierno alemán también tomó una serie de medidas para combatir la crisis. En septiembre de 2020 empieza a pagarse una prestación extraordinaria hijo, se trata de 300 euros más por cada hijo. Esta prestación no tiene que ser solicitada y se hace con la idea de aumentar el consumo de las familias y así mejorar la economía.

Otra medida que tomó el gobierno alemán fue destinar 60 millones de euros a los estudiantes que se habían quedado sin medios para estudiar por la crisis económica. En concreto los jóvenes han sido los que más afectados se han visto por esta crisis económica, la mayoría han perdido sus trabajos y como consecuencia han bajado sus recursos económicos.

En cuanto a sanidad pública Alemania invertirá 4.000 millones de euros hasta 2026 y contratará unos 5.000 nuevos empleados para la sanidad.

La economía doméstica no sufre un grave descenso, según una encuesta realizada en septiembre de 2020 el 17% de familias están sufriendo una disminución de ingresos, pero el 83% se mantiene igual e incluso mejor.

La tasa de desempleo alemán en 2020 era de 5,9% y la de España de un 16,10%. La pandemia en Alemania destruyó 480.000 puestos de trabajo, pero aun así, la tasa en España seguía siendo muchísimo mayor. El gobierno alemán al igual que el español concedió la posibilidad de contar con la jornada reducida.

Como consecuencia de todas las medidas aplicadas la confianza en el gobierno alemán por parte de los ciudadanos aumentó, porque la mayoría de ellos

pensaban que estaba ejerciendo bien todas sus funciones. Esto se traduce en que los alemanes, dentro de circunstancias, tenían un buen Estado de Bienestar, debido a las ayudas recibidas y la confianza que tenían en su gobierno.

6. CONCLUSIONES

Tras analizar la economía española se observa que España pasa por diferentes situaciones económicas para el periodo analizado en este trabajo. Según como esté la economía en cada momento el gobierno aplica una serie de políticas económicas que pueden ser políticas fiscales expansivas o restrictivas.

Al ser el principal objeto de estudio los gastos públicos y como consecuencia el Estado de Bienestar, este trabajo se centra en las políticas expansivas que no son más que aumentar el gasto público para así conseguir un bienestar social adecuado. Estas políticas se aplican en los años en los que la economía está en continuo crecimiento, es decir, para el periodo que abarca desde 2005 a 2007 y desde 2015 hasta 2019.

Se observa que en estos años mencionados antes es cuando aumenta más el gasto público, en efecto aumenta el bienestar de la sociedad. Este bienestar crece porque el gobierno da prioridad a mejorar las condiciones de los ciudadanos y estos están satisfechos con el presidente que hay en ese momento porque está cumpliendo con sus funciones.

Las principales partidas de gastos públicos que sirven de indicadores para el Estado de Bienestar son la educación, la sanidad y la protección social. La protección social es la partida más importante del gasto público, a la que se le dedica más dinero. Dentro de ella hay que destacar las pensiones que ocupan casi la mitad de todo este gasto.

Dentro de la protección social también está el desempleo, es por ello que en épocas de recesión económica crece este gasto, como ha sido para el caso de la crisis sanitaria por coronavirus.

El gasto en sanidad es otro indicador de Bienestar Social, tiene dos partidas principalmente importantes que son los servicios hospitalarios y los servicios ambulatorios.

Por último, la educación que tiene una fuerte relación con el bienestar de la sociedad, ya se vio en capítulos anteriores que los ciudadanos más formados encontraban antes trabajo que los que no lo están. Se divide en varias partidas y las más importantes son la educación preescolar y primaria y la educación secundaria y FP.

Otro punto a destacar es la comparativa que se ha realizado con Alemania, una de las potencias más importantes del mundo. Se ve claramente que en la mayoría de los años supera a España con creces.

Durante la crisis sanitaria por coronavirus España experimentó una gran recesión de su economía, al igual que Alemania, pero el gobierno de esta última tomó unas medidas que beneficiaron más a la sociedad. Por lo que los ciudadanos alemanes, aunque pasaban por una época de crisis, tenían un mayor Estado de Bienestar que España.

BIBLIOGRAFÍA

ABC. (s.f.). *Superávit* >> ¿Qué es? - Concepto, definición y ejemplos. Recuperado el 11 de Abril de 2021 de <https://www.economiabc.com/superavit/>

Andalucía, O. de C. de la J. (s.f.). Educación adjudica más de 9.000 plazas de maestros y profesores interinos, 3.935 de ellas de refuerzo por el Covid - Portavoz del Gobierno Andaluz. 2020. Recuperado el 26 de Abril de 2021, de <http://www.juntadeandalucia.es/previdencia/portavoz/educacion/154556/Educacion/profesor/s/maestros/refuerzodeplantilladocente/colegios/institutos/Covid19/coronavirus/pandemia/Andalucia/JuntadeAndalucia/GobiernodeAndalucia>

Ándres Sevilla Arias. (2012). *Déficit público - Qué es, definición y concepto* | *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/deficit-publico.html>

Argandoña Ramiz, A. (1992). *La política monetaria en España: la historia reciente y la crisis de 1992*. Recuperado el 25 de abril de 2021 de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaPolíticaMonetariaEnEspaña-273502%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaPolíticaMonetariaEnEspaña-273502%20(1).pdf)

Arias, A. S. (s.f.). *Producto interior bruto (PIB) - Qué es, definición y significado* | 2021 | *Economipedia*. 2012. Recuperado el 7 de Marzo de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>

Datos Macroeconómicos. (2020). *España gasto público*. Recuperado el 8 de Abril de 2021 de

<https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/espana#:~:text=El%20gasto%20p%C3%BAblico%20en%20Espa%C3%B1a,42%2C1%25%20del%20PIB.>

Económica, E. (2018). *Gasto público - ¿Qué es?, características, importancia y clasificación*. <https://enciclopediaeconomica.com/gasto-publico/>

Económica, E. (s.f.). *Superávit - ¿Qué es?, tipos y ejemplos* / *Enciclopedia Económica*. 2020. Recuperado el 11 de Abril de 2021 de <https://enciclopediaeconomica.com/superavit/>

El plural. (2017). *Déficit: definición, tipos y ejemplos* | *elplural.com*. Recuperado el 10 de abril de 2021 de <https://www.elplural.com/economia/diccionario-financiero/deficit-111602102>

Enciclopedia Académica. (2019). *Gasto público - ¿Qué es?, características, importancia y clasificación*. Recuperado el 11 de Abril de 2021 de <https://enciclopediaeconomica.com/gasto-publico/>

España, B. de. (s.f.). *Estabilidad de precios: qué es - Diccionario de Economía* elEconomista.es. 2016. Recuperado el 16 de marzo de 2021 de <https://www.economista.es/diccionario-de-economia/estabilidad-de-precios>

Galán, J. S. (s.f.). *Curva de Laffer - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia*. 2016. Recuperado el 11 de abril de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/curva-de-laffer.html>

Galán, J. S. (s.f.). *Política fiscal - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia*. 2015. Recuperado el 9 de abril de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/politica-fiscal.html>

Indicador Global de la Actividad Económica. (2020). *Contabilidad nacional. Informe anual: Clasificación funcional del gasto de las Administraciones Públicas*. Recuperado el 7 de Abril de 2021. <https://www.igae.pap.hacienda.gob.es/sitios/igae/es-ES/Contabilidad/ContabilidadNacional/Publicaciones/Paginas/iacogof.aspx>

José Francisco López. (2019). *Gasto público - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/gasto-publico.html>

Moncloa, L. (2020). *La Moncloa. 21/04/2020. Medidas económicas y sociales en la crisis del COVID-19 [Consejo de Ministros]*. <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/Paginas/enlaces/210420-enlace-medidas.aspx>

Parcerisa, Elizabeth. (2020). *Diferencias entre colegio público, privado y concertado - NIUS*. Recuperado el 11 de Abril de 2021 de https://www.niusdiario.es/sociedad/educacion/diferencias-colegio-privado-publico-concertado-evn3m_18_3000120146.html

Pedrosa, S. J. (2019). *Estado de bienestar - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/estado-del-bienestar.html>

Pugliese, E. (2000). *Qué es el desempleo. Qué Es El Desempleo*, 34(34), 59-68. <https://doi.org/10.5209/POSO.25683>

Roldán, P. N. (s.f.). *Pleno empleo - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia*. 2017. Recuperado el 7 de marzo de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/pleno-empleo.html>

Soto Rojas, J.F (2005). *Informe para el análisis del gasto sanitario*. Recuperado el 18 de marzo de 2021 de <https://www.hacienda.gob.es/Documentacion/Publico/Portal-Varios/Grupo%20de%20Trabajo%20Gasto%20Sanitario.pdf>

UCHA, F. (2011). *Definición de Sanidad » Concepto en Definición ABC*. <https://www.definicionabc.com/ciencia/sanidad.php>

WoltersKluwer. (1987). *Deflactor del PIB*. https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjQ3MTtbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAid5TfDUAAAA=WKE

La crisis del Siglo XXI: Analogías y diferencias

María Dolores Aroca Notario

Grado en Finanzas y Contabilidad. Escuela Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla

María López Charlo

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla.
Departamento de Economía e Historia Económica. Profesor titular de la Escuela
Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla.

RESUMEN:

Este trabajo trata de abarcar el estudio de las dos crisis económicas producidas durante las primeras décadas del siglo XXI. A lo largo del mismo se va a tratar de analizar tanto sus orígenes como sus causas y consecuencias, fundamentalmente económicas, a través de los objetivos macroeconómicos y sus respectivos indicadores macroeconómicos. Así como la rápida propagación a nivel mundial de ambas crisis por el efecto de la globalización.

1. INTRODUCCIÓN

La actual crisis sanitaria que se está viviendo a nivel mundial y las posibles repercusiones que todos los días se observan en los medios de comunicación, unido al poco tiempo que hace que se vivió otra crisis económica de gran envergadura, sabiendo a priori las consecuencias económicas que esta mantuvo, es lo que nos lleva a analizar los orígenes y causas, así como las posibles consecuencias de ambas crisis.

Estas crisis tienen consecuencias similares pero sus orígenes son totalmente distintos ya que la crisis de 2008 (la Gran Recesión) fue provocada por el sistema financiero y la crisis de 2020 (la Gran Pandemia) es provocada por el sistema sanitario. Este trabajo se va a centrar concretamente en los aspectos económicos de dichos años, así como conocer las diferencias y similitudes de cada una de ellas y las causas y consecuencias que estas originan.

Para introducir un poco más el tema, es importante saber de dónde viene cada una de estas crisis. En primer lugar, la crisis de 2008 fue la mayor crisis financiera internacional que se produjo desde la Gran Depresión, esta crisis comenzó en Estados Unidos y acabó afectando a todo el mundo. Durante años se fueron tomando decisiones equivocadas que finalmente llevó al estallido de la burbuja inmobiliaria. Actualmente, esta crisis sigue estando en la memoria y en la situación económica de muchas familias ya que la recuperación ha sido lenta y débil. En cuanto a la crisis del año 2020 viene siendo más intensa en cuanto a repercusión económica pero menos extensa en cuanto a duración. Esta crisis tiene origen en China, concretamente en Wuhan y provoca actualmente una pandemia que afecta de forma global a todo el mundo, dicha pandemia es conocida por la crisis del coronavirus (Covid-19). Cabe destacar que esta vez el sistema financiero se encuentra en una mejor situación que la anterior crisis. Todos los detalles de estas dos crisis se irán viendo a lo largo de este trabajo más detalladamente.

Por otro lado, se va a realizar un estudio de cómo ha afectado económicamente estas dos crisis en España. Además, se realizará también una pequeña comparativa sobre el efecto de los aspectos económicos de ambas crisis en las dos potencias mundiales, las cuales son el origen de ambas crisis. Así como también se incluirá en la comparativa el país considerado motor económico de la Unión Europea, Alemania.

2. OBJETIVOS

Los principales objetivos que se pretenden alcanzar a lo largo del presente trabajo son los siguientes:

El objetivo general es analizar las analogías y diferencias entre ambas crisis producidas durante las dos primeras décadas del siglo XXI, como indica el título del mismo, dicho objetivo se desglosa en:

1. Origen, causas y principales consecuencias económicas de la crisis del año 2008 provocada por el desplome del sistema financiero con origen en Estados Unidos.
2. Origen, causas y principales consecuencias económicas de la actual crisis del año 2020, provocada por el sistema sanitario con origen en China.
3. Efecto de la globalización en la expansión y propagación de las crisis económicas por el mundo.

3. HIPÓTESIS

Las hipótesis de partida consideradas son las siguientes:

1. Las crisis, inevitables en cualquier ciclo económico, surgen por causas muy diversas, pero todas ellas provocan grandes consecuencias económicas, manifestadas en la disminución del alcance de los principales objetivos macroeconómicos.
2. La evolución de los indicadores macroeconómicos de un país, es una forma adecuada para conocer la situación económica de cualquier país y poder realizar comparativas entre distintos países.
3. El efecto de la globalización conlleva la propagación de las crisis económicas a nivel mundial, aunque con repercusiones desiguales dependiendo de la situación de los países.

4. METODOLOGÍA

La metodología empleada ha conllevado la utilización tanto de métodos inductivos como deductivos para tratar de conseguir los objetivos planteados con anterioridad. Se inicia con una amplia revisión bibliográfica sobre los ciclos económicos y sus diferentes etapas. Posteriormente, se relacionan una serie de objetivos macroeconómicos que se entienden que representan adecuadamente la situación económica de un país, así como los indicadores macroeconómicos que miden el alcance de cada uno de ellos.

Igualmente, se introduce el concepto de globalización para una mejor comprensión de la rápida y extensa difusión de las crisis económicas en la actualidad.

En los apartados siguientes, se trata de tener una visión generalizada de las crisis económicas sufridas durante el siglo XXI, consiste en especificar de cada una de ellas, tanto su origen y causas como sus consecuencias o repercusiones generales.

En el siguiente capítulo se va analizar, de forma pormenorizada, la evolución de los principales indicadores macroeconómicos para el caso de España, con el objetivo de ver las repercusiones económicas cuantificadas. Además, para percibir el efecto de la globalización, al que se ha hecho referencia anteriormente, y corroborar la rápida difusión de las crisis económicas a nivel mundial, se ha hecho una selección de países sobre los que se van a estudiar igualmente la evolución de los indicadores y así poder apreciar si los efectos son análogos o no en los distintos países de las crisis analizadas.

Con respecto a la selección de países y dada la imposibilidad de analizar una alta representación por la envergadura del trabajo, se han seleccionado las dos primeras potencias económicas mundiales, así como la principal potencia europea. Las repercusiones económicas de cualquier crisis son diferentes para cada país, entre otras muchas razones porque las situaciones de partida también son diferentes.

Por último, tener en cuenta, que no es objeto de estudio conocer las situaciones económicas de los países, pero sí que la comparativa nos sirva para comprender que las crisis económicas tienen repercusión mundial y que incluso en los países mejor situados los efectos económicos son significativos e indeseables.

5. CICLO ECONÓMICO: CRISIS ECONÓMICA

5.1. INTRODUCCIÓN

En este punto se pretende abordar aquellos conceptos relacionados con la crisis económica. Para ello, se va a estudiar el funcionamiento del ciclo económico, así como los diferentes tipos de crisis que nos podemos encontrar. Las economías pretenden conseguir unos objetivos que se han marcado a priori, para saber si lo están consiguiendo utilizan una serie de indicadores con los que medir el alcance de dichos objetivos. Estos indicadores son imprescindibles para conocer la situación de cualquier tipo de economía. Asimismo, existe una dependencia recíproca de la economía entre los distintos países, de ahí surge el concepto de globalización.

5.2. CRISIS ECONÓMICA

A lo largo de este apartado se va a hacer mención a todo lo referente a los ciclos económicos, así como al concepto de crisis y los tipos que existen. Los ciclos económicos están estructurados por una serie de fases relacionadas entre sí sucesivamente, una de sus fases son las crisis, situación no deseable de carácter inesperado que muestra incertidumbre para la sociedad.

5.2.1. Ciclo económico

Los ciclos económicos muestran distintas situaciones en una economía a lo largo del tiempo. Dicho ciclo está compuesto por diferentes periodos, tanto favorables como desfavorables. Los periodos favorables son los de crecimiento o auge, mientras que los desfavorables son los periodos de recesión o crisis. La duración varía de un ciclo a otro, es decir, las oscilaciones no tienen la misma

duración esto dependerá de las características y las causas que la originen. Es por ello, que al no tener la misma duración ni las mismas causas, las soluciones de cada fase también son distintas.

Existe una gran variedad de definiciones de ciclos económicos según economistas e importantes autores, una de las definiciones clásicas del ciclo económico es:

Son una forma de fluctuación que se encuentra en la actividad agregada de las naciones que organizan su trabajo principalmente en empresas: un ciclo consiste en expansiones que ocurren al mismo tiempo en múltiples actividades económicas, seguidas de recesiones de igual modo generales, contracciones y recuperaciones que se funden con la fase expansiva del ciclo siguiente. (Burns y Mitchell, 1946).

En los periodos de recesión o crisis la actividad económica tiende a caer, lo contrario ocurre en los periodos de expansión donde la actividad económica tiende a crecer. Si la producción se mantuviese en el pico más alto aumentaría la inflación, de lo contrario, si se mantuviese en el pico más bajo del ciclo económico se generaría desempleo, lo cual afectaría a la calidad de vida de la población (Jimenez, 2019).

Los ciclos económicos poseen características propias, pero a su vez cada ciclo es distinto y por lo tanto cada ciclo cuenta con unas características diferentes. Se caracteriza como el espacio que existe entre dos crisis de manera que tiene lugar a cuatro fases que se explicaran a continuación (Olaya, 2003).

Los ciclos económicos sirven de gran importancia para el estudio de la economía de un país para poder conocer sus causas y posibles soluciones frente a los distintos problemas que este se enfrenta. Cada ciclo económico está compuesto por cuatro fases sucesivas entre sí: expansión, auge, recesión y depresión.

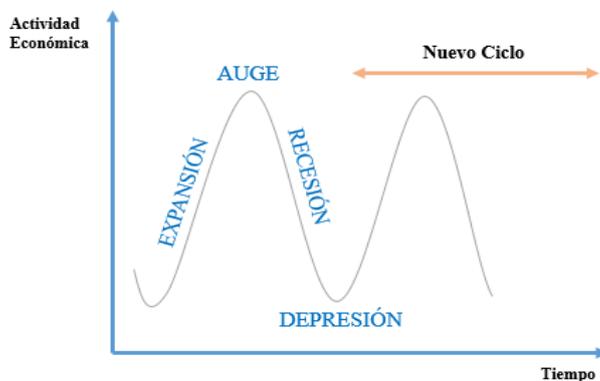


Figura 1. Ciclo económico
Fuente: elaboración propia

Las distintas fases del ciclo económico realizan un recorrido caracterizado por la continuidad de las fases, esto quiere decir que después de un periodo de recesión viene un periodo de expansión y así sucesivamente, produciéndose una variación de la actividad económica de un país.

Según Joseph Schumpeter, citado en (Rivas, 2013) distingue la parte ascendente de la curva la recuperación a partir de la fase más baja del ciclo (depresión), para pasar después a la fase de expansión seguida está de la fase de auge, posteriormente llega a la fase de recesión, este se traduce como el comienzo de la desaceleración.

Para Burns y Mitchell (1946), citado en (Cendejas, 2016) la fase de depresión es el punto mínimo del ciclo, cuando este toma puntos negativos se considera que existe una depresión. La expansión o lo que es lo mismo la recuperación es la fase ascendente del ciclo, esta se denomina recuperación cuando presenta signo negativo, y expansión cuando presenta signo positivo. El auge representa el punto máximo del ciclo y, por último, está la recesión que es la fase descendente, cuando esta muestra signo negativo se denomina recesión, en caso contrario se habla de desaceleración.

Pero, ¿cómo afecta a la economía cada una de las fases de un ciclo económico? En la fase de depresión, es decir, el punto más bajo del ciclo, se muestra un mayor empeoramiento económico. En esta fase se produce una continua bajada de la producción, el empleo, los precios y los ingresos, como se ha dicho anteriormente se produce una crisis que afecta a la vida cotidiana de la sociedad.

En la fase de expansión o recuperación se reactiva la economía, aquí se produce un aumento de la demanda, la producción y con ello aumenta la inversión, lo cual conlleva a que las empresas recuperen la confianza en el mercado, por lo que le sigue un aumento en el empleo, la producción, los precios y los ingresos, es decir, ocurre todo lo contrario a la fase anterior.

En la fase de auge, el punto más alto del ciclo, aumenta la economía, se produce un aumento en la producción, el empleo, los ingresos y los precios lo que conlleva a que se produzca un aumento del nivel de vida de la sociedad.

Por último, en la fase de recesión, que está situada entre el auge y la depresión, la actividad económica se estanca, aquí la demanda comienza a caer al igual que comienza a caer la producción, los ingresos, el empleo y los precios. Se crea desconfianza entre las distintas actividades económicas reduciéndose la inversión (Suárez, 2014).

De modo aclarativo, la economía de un país evoluciona a través de los ciclos, la duración de cada ciclo puede ser distinta, no existe una duración determinada para cada fase ni para cada ciclo pero se pueden distinguir tres tipos de duraciones: corto plazo, medio plazo y largo plazo. Las fases de los ciclos económicos se repiten de forma constante en el tiempo.

5.2.2. Crisis económica: concepto y tipos

Como se ha visto en el apartado anterior, una crisis es una de las etapas que forma el ciclo económico, concretamente el periodo más bajo del ciclo. El objeto de estudio de este apartado hace referencia a las crisis económicas, así como a los distintos tipos de crisis existentes.

Previamente a un periodo de crisis, ha sucedido un periodo de crecimiento o auge, del mismo modo, previamente a un periodo de crecimiento ha ocurrido un periodo de crisis. Los periodos de crisis como se ha dicho anteriormente son periodos no deseados ya que muestran situaciones de inseguridad y desconfianza para toda la sociedad y producen un empeoramiento de la economía, del mismo modo las crisis no sólo afectan negativamente al ámbito económico, sino que también se ve afectado el ámbito político y social de un país. Las causas que provocan las crisis son distintas dependiendo del tipo de crisis, por lo que las posibles soluciones y salidas también serán distintas.

Anteriormente se ha hecho mención al concepto de crisis muy brevemente, es por ello que encontramos un concepto más acorde: “La crisis indica inseguridad, desgracia y prueba, y refiere a un futuro incierto, cuyas condiciones no pueden ser lo suficientemente elucidadas” (Kosellech, 2002, p.236). En cualquier crisis se producen cambios que muestran incertidumbre, si estos cambios llegan a ser más profundos, se va más allá del concepto de crisis. Es por ello, que las crisis pueden llegar a producir grandes cambios en la vida o salud de las personas. En resumen, crisis es cualquier situación que muestra un grado de gravedad o una situación fuera de control (Han & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, 2019a).

Las crisis son caracterizadas por su carácter imprevisible e inesperado o factor sorpresa (Piñuel, 1995), por ser únicas, es decir, no es posible encontrar dos crisis que tengan las mismas características. Aun así, existen características comunes entre las distintas crisis económicas. La primera de ellas es que no se sabe el momento en que pueden empezar a producirse. Como característica común aparece la unicidad como se ha dicho anteriormente. Otra característica común es que todas las crisis son proyectadas y se exponen ante el público

(Coombs, 1995). Además, todas las crisis muestran una situación de urgencias y por lo tanto una naturaleza amenazante (Ulmer et al. 2015).

Existen diferentes tipos de crisis, una de las posibles clasificaciones es aquella que se basa en los orígenes de las mismas. De acuerdo a una de las clasificaciones que hace la página web de Billin, se pueden diferenciar cinco tipos de crisis: 1) Burbuja especulativa: esta crisis surge como consecuencia de la elevación del precio de cualquier tipo de activo del mercado, generando un fuerte golpe en la economía. 2) Crisis económica generada por deuda: como su nombre indica este tipo de crisis es provocada por problemas en la financiación. 3) Crisis económica generada por la caída del tipo de cambio. 4) Crisis económica provocada por agentes externos.

Para Piñuel y Westphalen (1993) citado (García Ponce & Smolak-Lozano, 2013), hacen una clasificación de los orígenes de las crisis:

- Objetivas: crisis provocadas por acontecimientos objetivos como guerras, atentados, huelgas, cambios políticos, etc.
- Técnicas y políticas: crisis provocadas por acontecimientos técnicos como un fallo de mantenimiento o crisis provocadas por acontecimientos políticos derivadas de opiniones, decisiones políticas, etc.
- Endógenas y exógenas: las crisis endógenas son provocadas por causas internas, y las exógenas son provocadas por causas externas como por ejemplo una quiebra bursátil.

En definitiva, el periodo más crítico de un ciclo económico son las denominadas crisis, situación donde la actividad económica de un país es estancada produciéndose la disminución del empleo, el consumo, la inversión y la producción de bienes y servicios.

5.3. OBJETIVOS E INDICADORES MACROECONÓMICOS

En toda economía se trata de conseguir una serie de objetivos macroeconómicos, para medir dichos objetivos se utilizan los denominados indicadores macroeconómicos. Estos indicadores pretenden medir el comportamiento económico y la situación económica de un país en un determinado momento. En este apartado se va hablar de los principales objetivos macroeconómicos que se desean alcanzar en una economía. Dichos objetivos son: el crecimiento económico, el pleno empleo, la estabilidad de precios y el superávit y déficit tanto comercial como público, así como también se hablará de los indicadores que miden estos objetivos.

5.3.1. Crecimiento económico – PIB

Uno de los objetivos macroeconómicos más significativo de un país es el crecimiento económico, este estudia la evolución positiva de la producción de bienes y servicios. Para realizar este estudio se utiliza el indicador macroeconómico denominado Producto Interior Bruto (PIB), dicho indicador analiza el crecimiento de una economía. El PIB y concretamente su evolución muestra ser un buen indicador para medir el crecimiento económico de un país. Cuando el PIB muestra valores ascendentes durante un año se produce el crecimiento económico.

Como definición del PIB se puede tomar: “El PIB es una variable agregada que mide la producción de bienes y servicios finales” (Márquez, 2010, p.549). Otra definición del PIB según Mankiw (2013): “Producto interior bruto mide la renta total y el gasto total de una economía” (p.399). Como bien dice la definición de PIB, se centra en bienes y servicios finales, es decir, productos o servicios acabados que adquiere el consumidor final, quedan excluidos aquellos en fase de producción o lo que es lo mismo, no se incluyen los insumos para producirlos. Por lo tanto, dicho esto, el PIB no muestra todos los bienes y servicios incluidos en una economía ya que excluye aquellos como la venta de bienes usados, los bienes que se utilizan para la producción de un bien final, los alquileres, etc. Dicho esto, se puede contractar que el PIB es un indicador imperfecto, aparte de que es complicado compararlo con otros países, aunque esto no quita que sigue siendo uno de los indicadores más útil e importante para poder comparar la actividad económica de un país durante un año.

El PIB cuenta con tres métodos distintos para proceder a su cálculo, no obstante, los tres métodos llegan al mismo resultado. Estos métodos son:

- *Método del gasto*; este método suma todos los gastos de bienes y servicios consumidos por los agentes económicos. El método del gasto está compuesto por cuatro variables que son el consumo (C), la inversión (I), el gasto público (G) y las exportaciones netas (X-M). El consumo está relacionado con los hogares y las familias, las inversiones están relacionadas con las empresas, los gastos están relacionados con el Estado y por último, las exportaciones netas están relacionadas con el sector exterior.

$$\text{PIB método gasto} = C + I + G + (X-M)$$

- *Método del ingreso*; este método es la suma de todos los ingresos producidos por los agentes económicos. Al igual que el anterior está compuesto por cuatro variables que son los salarios (S), los alquileres (A), los intereses (I) y los dividendos (D).

$$\text{PIB método ingreso} = S + A + I + D$$

- **Método valor añadido;** este método como su nombre indica es la suma de los valores añadidos de todas las empresas de un país.

$$\text{PIB método valor añadido} = \text{Suma Valores Añadidos de las empresas}$$



Figura 2. Métodos cálculo del PIB

Fuente: elaboración propia

Existe una diferenciación del PIB, por un lado está el PIB nominal y por otro lado el PIB real. El primero hace referencia a la producción de bienes y servicios producidos en un mismo año, tomando como referencia los precios de mercado, es decir, a precios corrientes. El segundo tiene en cuenta unos precios constantes, es decir, tomando un año como base.

Por tanto, el crecimiento económico de un país se considera uno de los principales objetivos macroeconómicos a conseguir en una economía y a través de la evolución del PIB, que como se ha comentado anteriormente, es su indicador macroeconómico, puede estudiarse su evolución. Para finalizar con el PIB, cabe destacar que el periodo de crecimiento económico es inverso al periodo de crisis.

5.3.2. Pleno empleo - Tasa desempleo

Otro objetivo macroeconómico a conseguir en la economía de un país es el pleno empleo, situación donde todos los individuos de un país que pueden y quieren trabajar se encuentran, efectivamente, trabajando. Al producirse el pleno empleo se está produciendo un equilibrio en el mercado laboral, ya que la demanda y la oferta de trabajo se igualan.

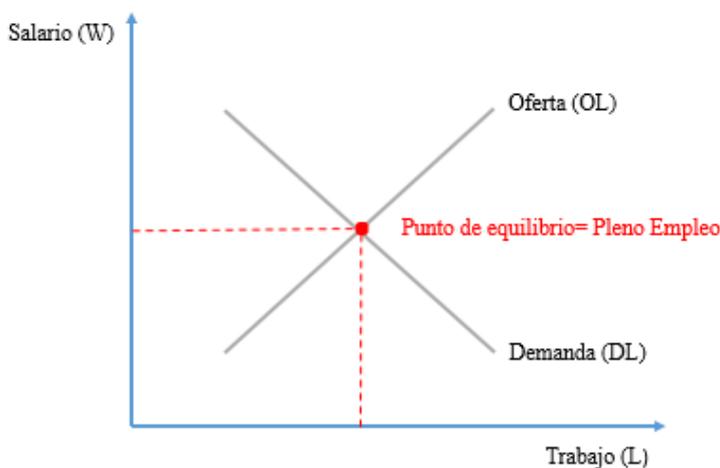


Figura 3. Pleno Empleo
Fuente: elaboración propia

Esta situación es prácticamente imposible, además, no quiere decir que no exista ningún individuo que no esté trabajando y quiera hacerlo, sino que existe un porcentaje mínimo de este tipo de individuos, esto es lo que se conoce como desempleo friccional, uno de los tipos de desempleo existentes que se desarrolla a continuación. El alto desempleo es una situación bastante habitual en las crisis económicas. Estas altas tasas de desempleo suponen un gran problema para la economía de un país y también para la vida de las personas, además cada desempleo tiene un nivel distinto de gravedad y unas circunstancias distintas. La fórmula para calcular el nivel de desempleo existente en una economía es la siguiente:

$$\text{Tasa de Desempleo} = \text{Desempleados} / \text{Población Activa}$$

El desempleo como se ha dicho anteriormente, muestra un problema que afecta de forma directa a las personas.

Se distinguen cuatro tipos de desempleo:

1) **Desempleo estructural:** este desempleo muestra la incapacidad de la economía para crecer con las personas que se muestran frente al mercado laboral, es debido a cambios en la estructura económica.

2) **Desempleo friccional:** está formado por aquellas personas que han dejado su trabajo para buscar otro puesto mejor, también hace referencia a las personas que han sido despedidas y están buscando un puesto de trabajo. Este tipo de desempleo no es tan grave como el anterior.

3) **Desempleo estacional:** caracterizado por actividades que demandan empleos en determinadas épocas del año.

4) **Desempleo cíclico:** como su nombre indica, está relacionado con el ciclo económico. En la fase de recesión la demanda, la inversión y la producción disminuyen provocando el desempleo, lo contrario ocurre en la fase de expansión (Jimenez, 2019).

En definitiva, el pleno empleo es una situación deseable para todas las personas de un país, pero esta situación muestra ser improbable. Lo contrario al pleno empleo es el desempleo que este se produce en mayor medida en situaciones de crisis. Mientras mayor sea la crisis mayor es el número de desempleados en un país y viceversa. Para medir y controlar dicho desempleo se usa la tasa de desempleo indicada anteriormente, la cual mide el número de personas que no tienen empleo y lo están buscando.

5.3.3. Estabilidad de precios – Deflactor del PIB, IPC, IPM

Mantener los precios estables es otro de los objetivos relevantes de cualquier país. La estabilidad de precios como su nombre indica es la situación donde los precios son mantenidos durante un periodo de tiempo. Para llegar a conseguir esta estabilidad es necesario que los precios no provoquen una gran subida (inflación), ni tampoco una gran bajada (deflación), durante un periodo amplio de tiempo, ya que esto provocaría efectos negativos en la economía.

Se entiende por deflación la caída de los precios de productos y servicios de un mercado, para que esto ocurra debe afectar a la gran mayoría del mercado de un país, no basta con que sólo afecte a un sector en concreto. Según el FMI (Fondo Monetario Internacional) la bajada de precios debe durar al menos dos semestres para que se entienda como deflación. El mercado tiende a bajar los precios de sus productos y servicios cuando los consumidores no compran lo suficiente, esto lleva a que las empresas no vendan el margen previsto y por lo tanto se vean obligadas a despedir a trabajadores, es decir, se producen situaciones de desempleo, concepto estudiado anteriormente. También se produce una bajada de precios cuando existen más productos y servicios en el mercado que personas que quieran consumir. En general, las causas principales que provocan la deflación es la insuficiencia de demanda en un mercado y el exceso de oferta.

Por otro lado, la inflación es la subida de los precios de productos y servicios de un mercado. En este caso la inflación es provocada por el aumento de la demanda y la insuficiencia de oferta por parte de sector de producción, todo lo contrario a la deflación. Otra causa de la inflación es cuando suben los costes de la producción.

Tanto la inflación como la deflación provocan efectos negativos en los agentes económicos, ya que estas situaciones generan incertidumbre. Para ello es necesario el estudio de los indicadores macroeconómicos relacionados con la estabilidad de los precios. Los tres indicadores más significativos son: el Deflactor del PIB, el Índice de Precios al Consumo (IPC) y el Índice de Precios al por Mayor (IPM).

Una vez que se ha definido el concepto de PIB, cabe hablar del índice deflactor del PIB. Este índice varía entre dos periodos por el cociente entre el PIB a precios corrientes y el PIB a precios constantes. Como definición del deflactor del PIB se encuentra “indicador que mide la variación de los precios de todos los bienes y servicios generados por la economía” (Cristóbal, 2012).

$$\text{Deflactor del PIB} = \frac{\text{PIB a precios corrientes (nominal)}}{\text{PIB a precios constantes (real)}}$$

Según DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), el índice de precios al consumo o IPC es un indicador que muestra las variaciones de los precios de los bienes y servicios consumidos por los hogares de un país, durante un periodo de tiempo. Pero, ¿cómo se consigue saber el precio de los bienes y servicios de un hogar? Bien, en primer lugar, se encuesta a un área determinada de hogares para conocer sus consumos diarios, con la información que se obtiene se realiza una lista de los bienes y servicios que forman la llamada “cesta del IPC”. A continuación, se visitan los establecimientos de ventas o comercios para saber los precios de los bienes y servicios de dicha “cesta” y finalmente se realiza un seguimiento y comparación mensual de todos los precios para poder calcular su variación (Todesca, 2016).

$$\text{IPC} = \frac{\text{Precio de la "cesta" de bienes y servicios de un año determinado}}{\text{Precios de la "cesta" en el año base}}$$

Junto con el deflactor del PIB y el IPC, el índice de precios al por mayor o IPM es el tercer índice más utilizado que ayuda a medir la inflación de un país. Este índice como su nombre indica muestra la variación de precios de bienes en la comercialización mayorista. Los bienes que forman el IPM se clasifican en nacionales e importados, no se incluye los bienes exportados. Además, se tiene en cuenta tres sectores de producción que son el agropecuario, la pesca y la manufactura (Han & Goleman et al, 2019b).

Como conclusión sobre la inflación y la deflación, se puede decir que son situaciones que provocan preocupación económica en todo un país ya que esta situación afecta de forma directa a los hogares y familias. Tanto el aumento como la disminución de los precios provocan incertidumbre. También destacar

que el índice más utilizado para medir la estabilidad de los precios es el IPC el cual mide únicamente la variación de los precios de bienes y servicios que consumen los hogares. Según la conclusión de Alfredo Jiménez: “La inflación es un aumento del nivel de precios promedio global y no un aumento del precio de un producto específico” (2012, p. 236).

5.3.4. Superávit y déficit público

El superávit público es otro objetivo macroeconómico. En estos conceptos aparece el Estado, se entiende por superávit cuando el Estado gasta menos cantidad de dinero de lo que ingresa en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Lo contrario ocurre con el déficit, es decir, ocurre déficit cuando el Estado gasta más de lo que ingresa en un año.

En una economía se desea que haya superávit público o como mínimo equilibrio entre el superávit y el déficit, esto es que, los ingresos se igualen a los gastos, pero estas situaciones no son lo común ya que, normalmente suele ocurrir en mayor medida déficit. Para saber si existe superávit o déficit se usa el siguiente indicador macroeconómico:

$$\text{Ingresos Públicos} - \text{Gastos Públicos}$$

En caso de que sea positivo existirá superávit y el Estado tendrá fondos con los que hacer frente a sus pagos y en caso de que sea negativo existirá déficit donde el estado puede endeudarse ya que no cuenta con fondos con los que pagar sus gastos. En definitiva, cuando los ingresos generados por el Estado son mayores a los gastos ocasionados se genera superávit público y en el caso contrario, se genera déficit público.

5.3.5. Superávit y déficit comercial

Por último, para terminar con los objetivos e indicadores macroeconómicos se va a hablar del superávit y déficit comercial. Al igual que anteriormente se ha dicho que el superávit y déficit público están relacionados con el Estado, este superávit y déficit comercial están relacionados con el comercio exterior.

Existe superávit comercial cuando las exportaciones que realiza el país al exterior son mayores a las importaciones realizadas. Esta situación es algo positivo ya que quiere decir que el país puede abastecerse por sí mismo y vender al extranjero. De lo contrario, ocurre con el déficit comercial, en esta situación se realizan más importaciones que exportaciones al exterior, en este caso afecta a la actividad económica y por tanto es un efecto negativo.

Para calcular este objetivo macroeconómico se utiliza el siguiente indicador:

Exportaciones – Importaciones

En definitiva, una buena situación es que se produzca un equilibrio entre el superávit y déficit comercial, es decir, que las exportaciones sean igual a las importaciones. Aun así, cuando ocurre superávit se obtiene un mayor equilibrio económico, mientras que cuando ocurre déficit este equilibrio se ve afectado.

5.4. GLOBALIZACIÓN

En este apartado se va a tratar de un fenómeno que actualmente está muy presente en la realidad cotidiana, quizás uno de los más estudiados a día de hoy, aunque dicho fenómeno viene existiendo desde hace décadas por lo que no se considera un fenómeno nuevo. Este fenómeno es llamado Globalización, y gracias a él los mercados interactúan de un país a otro, es decir, los países comparten todo tipo de bienes y servicios, así como transacciones, formando lo que se conoce como mercado mundial.

El concepto de globalización es bastante amplio y relativo, por lo que existe una gran variedad de definiciones, a continuación, se hace referencia a una de ellas:

La globalización es una fusión de procesos transnacionales y estructuras domésticas que permiten que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país penetren en otro. La globalización es inducida por el mercado, no es un proceso guiado por la política. (Mittelman, 1996, p.3).

Por lo tanto, la globalización es un fenómeno donde se integran una gran variedad de países, regiones, mercados, economías, etc., intercambiando bienes, servicios, capitales, personas y tecnología. La globalización en las últimas décadas ha provocado cambios significativos en la economía ya que ha aumentado el comercio mundial. Además, se ha expandido muy rápidamente en los últimos años gracias al apoyo de grandes instituciones mundiales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Banco Mundial.

Una de las características más significativas de la globalización es que este término es mundial, es decir, se manifiesta en todo el mundo. Como todo fenómeno, la globalización cuenta con aspectos que afectan positivamente a la economía, así como con aspectos que afectan negativamente. Unas de los aspectos positivos o ventajas que destacan en la globalización es la gran comunicación que existe a nivel mundial, lo que conlleva un aumento masivo en el mundo tecnológico y así llegar al libre comercio mundial que hoy día existe. No obstante,

también tiene sus aspectos negativos o inconvenientes, uno de ellos es que provoca una mayor competitividad empresarial y además los países que están más desarrollados cuentan con más alcance a la hora de realizar todo tipo de transacciones que los países que están en vía de desarrollo, es por ello que la globalización provoca desigualdades y pobreza en los países que están en vía de desarrollo.

Para concluir, lo que se pretende con la globalización es que los países estén relacionados entre sí y así promover el crecimiento económico general. Además, destacar que hoy día la evolución o crecimiento de la economía de un país depende más de los mercados internacionales que del propio gobierno de un país en concreto, esto es consecuencia de la globalización.

6. CRISIS ECONÓMICAS RECIENTES

En este apartado se va a tratar de analizar las dos importantes y recientes crisis que se han vivido y se está viviendo durante el siglo XXI, ya que han supuesto un gran peso en la economía y en la vida cotidiana de las familias. Las crisis a las que nos referimos corresponden al año 2008 y al año 2020. Como se ha comentado anteriormente una crisis económica es un periodo que se incluye dentro del ciclo económico, además en este periodo de crisis los indicadores macroeconómicos toman valores muy bajos. Por lo tanto, es una situación no deseada ya que genera incertidumbre, inseguridad y desconfianza tanto para las personas de un país como para la economía en general.

Dado que cada crisis tiene distintos orígenes también tienen distintas causas, por lo que cada una de ellas se desarrolla de distinta forma. Es por ello que las soluciones o salidas de las crisis no son iguales, esto depende del tipo de crisis que se trate. Como consecuencia de ello, el objeto de este apartado será analizar cada crisis detalladamente.

6.1. CRISIS 2008

La crisis del 2008 se conoce como la primera gran crisis del siglo XXI que estalló en Estados Unidos (EE.UU) provocando la mayor crisis financiera internacional desde la Gran Depresión de 1929. Esta crisis se inició en el año 2007 pero fue en 2008 cuando se pronunció y tomó efecto. No obstante, se sabe que una crisis tan significativa no se produce de un año a otro, sino que venía empujando desde años atrás.

Origen y causas

Como se ha comentado anteriormente, la crisis del año 2008 fue provocada en Estados Unidos, aunque tardó poco tiempo en expandirse por todo el mundo. Es en el año 2001 cuando comienza a tomar efecto el principio de lo que años más tarde acabaría en un desplome de la economía. En dicho año se produjo un atentado terrorista de las famosas torres gemelas en Estados Unidos, lo que provocó situaciones de incertidumbre e inestabilidad para la sociedad estadounidense. Durante los años 2001 y 2003 estas situaciones llevaron a que la Reserva Federal de los Estados Unidos (FED) realizara una masiva bajada de las tasas de interés para poder ayudar a las empresas, con el objetivo de que pudieran pedir dinero prestado y realizar inversiones y a la vez, para ayudar a las familias ante tal situación para que estas pudieran consumir y la economía no se detuviese. En otras palabras, estas bajadas fueron realizadas con el fin de que la economía se mantuviera en movimiento y no se estancara.

Con relación a la bajada de las tasas de interés, esta tuvo efecto principalmente en el precio de los inmuebles, concretamente en las viviendas estadounidenses. Por lo que las familias aprovecharon para comprar viviendas, ya que a menor tasa de interés tenían hipotecas más favorables. Esto condujo a que muchas familias adquirieran fácilmente viviendas, produciéndose así un aumento en la demanda de los inmuebles. Como consecuencia del aumento de la demanda de inmuebles, el precio de las viviendas también aumentó y es aquí cuando se empieza a ver raíces a la burbuja inmobiliaria que se originó.

Uno de los principales problemas que todo esto conllevó, fue que los bancos no tuvieron en cuenta el alto riesgo que suponía ofrecer estos créditos hipotecarios a personas que no contaban con respaldo suficiente para hacer frente a sus pagos, de ahí surge el famoso concepto de “Hipoteca Subprime”.

Por otro lado, los bancos de inversión compraban hipotecas a los bancos comerciales y los clasificaban según el riesgo de estos, para posteriormente venderlos por todo el mundo, creando así un nuevo instrumento financiero conocido como CDO (Collateralized Debt Obligation). En realidad, estaban creando paquetes de títulos no favorables, ya que mezclaban diferentes combinaciones de rentabilidad y riesgo. Con este tipo de instrumento financiero, se trataba de hacer frente al riesgo de impago, pero esto no funcionó.

Fue durante el año 2004, cuando la Reserva Federal, tras detectar que la economía estadounidense no iba bien, comenzó a subir la tasa de interés para reactivar la economía. Esto llevó a crear un clima de morosidad, ya que las cuotas de los créditos hipotecarios concedidos con anterioridad cada vez eran más

caras y/o costosas para las familias. Esta situación supuso un duro golpe para muchas personas que llegaron a endeudarse y no pudieron pagar sus hipotecas.

Al mismo tiempo que comenzaron los impagos de los créditos hipotecarios, los inversores tomaron conciencia de desprenderse de los productos financieros que habían comprado. Esta situación supuso un problema para las instituciones financieras ya que cada vez era mayor el número de impagos por parte de las personas, y esto hizo que las instituciones financieras entraran en crisis y no pudieran repartir dinero, es decir, los bancos se encontraban sumergidos en una gran situación de escasez de liquidez.

Debido al efecto de la globalización de la economía, el sistema financiero está interconectado entre los países, por lo que estos problemas afectaron a todas las economías del mundo en general. Inversionistas de todo el mundo sufrieron estos efectos de la crisis hipotecaria que comenzó en Estados Unidos en 2007 cuando la burbuja inmobiliaria estalló, como consecuencia se produjo una caída de las bolsas de valores de todo el mundo.

Es el día 15 de septiembre de 2008, cuando el cuarto banco de inversión más grande de Estados Unidos, conocido como Lehman Brothers, se declaró en quiebra. Seguidamente cayeron otros bancos de gran importancia, como Merrill Seeks Buyer, tercer banco más grande de los Estados Unidos. Es aquí cuando comienza la pesadilla que se prolongó en el tiempo como una gran crisis financiera.

Pero, ¿por qué nadie predijo esta gran situación de crisis que acabaría afectando a todo el mundo? Pues bien, esto es porque existió un momento donde todo el mundo ganaba dinero; los bancos concedían préstamos con facilidad, las personas podían comprar viviendas, esto lleva a que los vendedores de viviendas pudieran vender más y con ello obtener ganancias, los bancos de inversión emitían valores a las empresas, los inversionistas compraban en el mercado de valores, etc. Es decir, por un momento todos ganaban dinero y nadie era consciente de la situación que podría venir.

Repercusiones y consecuencias

Como se ha comentado anteriormente, esta crisis financiera tiene sus inicios en Estados Unidos, donde se produjo un desplome del mercado de las viviendas que provocó la conocida crisis hipotecaria subprime, originada en el estallido de la burbuja inmobiliaria. Esta situación se extiende rápido por todo el mundo, en apenas uno o dos años, principalmente a las economías avanzadas.

Se convirtió en la crisis económica global más profunda de la historia, en la que nadie se salvó. Esta crisis llegó a tener el nombre de la Gran Recesión pero, ¿qué se entiende por recesión? Pues bien, recesión es la disminución de la actividad económica de un país durante un periodo de tiempo de dos o tres trimestres consecutivos aproximadamente.

La zona más afectada por esta crisis fue en primer lugar Estados Unidos, lugar donde todo comenzó, y seguidamente el resto de economías. En Estados Unidos el valor del dólar se desplomó rápidamente con la quiebra de grandes entidades financieras y esta situación se extendió por todo el mundo. Como consecuencia de ello, muchísimas personas se quedaron sin empleo causando también una crisis social.

Después de Estados Unidos, la zona más afectada por la crisis fue Europa, ya que como se ha comentado a lo largo de este apartado, se compraron títulos que más tardes fueron imposible de pagar. Además, se dificultó el acceso a la financiación.

Por otro lado, los países bálticos fueron unos de los más afectados, llegando a tener unas cifras muy bajas en cuanto al decrecimiento económico en el año 2009.

Algunos países como España y Portugal, no notaron las consecuencias de la crisis inmediatamente pero sí con el paso del tiempo, llegando incluso a tener una de las tasas más altas de desempleo en el año 2012.

Grecia también resultó ser uno de los países más afectados tanto económicamente como políticamente ya que el gobierno emitió Deuda Pública para poder financiar sus déficits. Este país residió en una situación tan complicada que estuvo a punto de declararse en quiebra.

No obstante, también puede mencionarse dos de los países que resultaron ser muy afectados como México y Japón por su gran volumen de comercio hacia Estados Unidos. Se dice que Japón tuvo su peor crisis desde la Segunda Guerra Mundial.

Obviamente las consecuencias, sobre todo económicas, de este proceso fueron desfavorables para todo el mundo. Se produjo un aumento de la tasa de desempleo en todos los países, lo que conllevó a que las personas perdieran sus empleos, no tuvieran ingresos y disminuyera su poder de adquisición. Al disminuir el poder de adquisición de las personas, hay menos dinero en circulación por lo que la economía no se mueve como es debido. Además otra de las consecuencias fue el aumento del índice de pobreza.

Esta crisis afectó a una gran cantidad de empresas, al tener problemas de liquidez las entidades financieras, estas no podían conceder préstamos y las empresas sin préstamos no pueden seguir hacia adelante, por lo que llevó al cierre de muchas de ellas.

Además, también originó consecuencias demográficas, ya que durante el periodo del año 2000 al 2008 disminuyó progresivamente la población al producirse más defunciones que nacimientos, así como también se produjo un descenso de las inmigraciones, obteniendo un saldo migratorio negativo. Además, otra de las consecuencias es que hubo menos matrimonios, esto puede ser debido a que existe un elevado desempleo e incertidumbre económica hacia el futuro laboral de las parejas.

Una de las consecuencias políticas que tuvo esta recesión y que a día de hoy todavía perdura en el tiempo es la desconfianza que existe en la sociedad frente a las instituciones y gobiernos.

Para finalizar indicar que a día de hoy, esta crisis aún queda en la memoria de la economía mundial y de las familias por su gravedad y rápida propagación mundial.

6.2. CRISIS 2020

Actualmente y doce años después de la anterior crisis, concretamente en el inicio de la segunda década del siglo XXI, cuando todavía no está la economía recuperada al 100%, nos encontramos de nuevo sumergidos en una nueva crisis económica. Como se comentó en apartados anteriores la economía funciona a través de ciclos económicos, y es aquí donde una vez más la economía se derrumba rozando el pico más bajo de dicho ciclo. Esta crisis tiene un origen muy distinto a la anterior, ya que pasa de la Gran Recesión provocada por el sistema financiero a la Gran Pandemia provocada por el sistema sanitario, aunque es cierto que la mayoría de crisis económicas cuentan con consecuencias muy similares.

La actual y futura crisis tiene sus comienzos a finales del año 2019, en la ciudad de Wuhan (China) y es provocada por un tipo de virus denominado en un principio SARS-Cov2, que más tarde llegará a denominarse Coronavirus. A día de hoy, aún seguimos sumergidos en una situación de incertidumbre y desconocimiento hacia el futuro de la economía, no sólo las personas sino también las economías en general de cada país. Es por ello, que se está tratando de un tema muy reciente y no se alcanza a saber a ciencia cierta las repercusiones que toda

esta situación puede llegar a tener, lo que sí es cierto es que el mundo no se encuentra preparado para hacer frente a una pandemia de tanta envergadura.

6.2.1. Origen y causas

El origen de esta crisis, como se ha dicho anteriormente, es en la ciudad de Wuhan, en China. Todo comenzó a finales del año 2019, cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) detectó un primer caso de un tipo de virus que aún desconocían, en principio tan sólo era una neumonía cuyas causas eran desconocidas.

Es a principio del año 2020 cuando las autoridades chinas confirman que existe un nuevo virus con un alto riesgo de propagación entre las personas. En tan sólo un mes y medio de la aparición de este virus, se produce la primera muerte de una persona en la ciudad donde todo comenzó, y seguidamente las muertes fueron apareciendo de forma ascendente y los afectados por el virus también. Los casos afirmativos del nuevo virus fueron afectando cada vez a más personas en China, hasta que a finales del mes de enero, como era de esperar, empezaron a aparecer casos afirmativos en Estados Unidos y Europa.

La ciudad de Wuhan decidió cerrar temporalmente sus entradas y salidas y comenzaron a implantar restricciones de movilidad, para evitar que se contagiara cada vez más personas. La Organización Mundial de la Salud asignó a este virus el nombre de Coronavirus (Covid-19) y comunicó de la emergencia internacional que esto suponía. Al igual que Wuhan, Estados Unidos y Europa cierran sus puertas.

El mundo entero es contagiado a causa de una pandemia de coronavirus en cuestión de días, esto supone una gran incertidumbre ya que nadie sabe cuánto durará ni qué efectos tendrá esta situación ni a corto ni a largo plazo. Uno de los problemas más graves que se enfrentan los países es la dificultad de conseguir frenar la expansión del virus, además como se ha comentado anteriormente el mundo no estaba preparado para esta pandemia que acababa de iniciarse. Por ello, los gobiernos de cada país han actuado cerrando sus fronteras, para prevenir que los contagios aumenten y evitar que se prolongue la crisis económica que se ve venir.

Una de las preguntas que más nos hacemos y que menos respuestas tiene es: ¿de dónde viene el famoso coronavirus? En un principio se dice que viene del consumo por parte de los humanos de carne de murciélago ya que la ciudad donde tuvo origen el virus, Wuhan, cuenta con un gran e importante comercio

de animales de este tipo. La realidad es que a día de hoy no se sabe ciertamente de donde viene esta cepa de virus que ha hecho temblar al mundo entero.

Es cierto, que a día de hoy está presente en muchas conversaciones la palabra “crisis” concepto que hemos ido estudiando a lo largo del presente trabajo, ya que según expertos, programas de televisión y economistas, comunican diariamente que debido a la gran pandemia del coronavirus nos va a volver a tocar vivir una gran situación de crisis económica.

6.2.2. Repercusiones y consecuencias

Como se ha comentado anteriormente, el inicio de la nueva crisis económica tuvo su origen en China, debido a un virus que se traduce en una pandemia que tiene sus efectos a nivel mundial.

Por el gran concepto ya conocido de la globalización, la propagación de este virus tardó sólo días en extenderse por todo el mundo, desde los países más desarrollados a los menos desarrollados. A continuación, se muestra una gráfica donde se aprecia el número de personas por continentes infectadas por coronavirus así como las defunciones. No obstante, estos datos varían conforme pasan los días, concretamente estos datos son recogidos a día 11 de febrero de 2021.

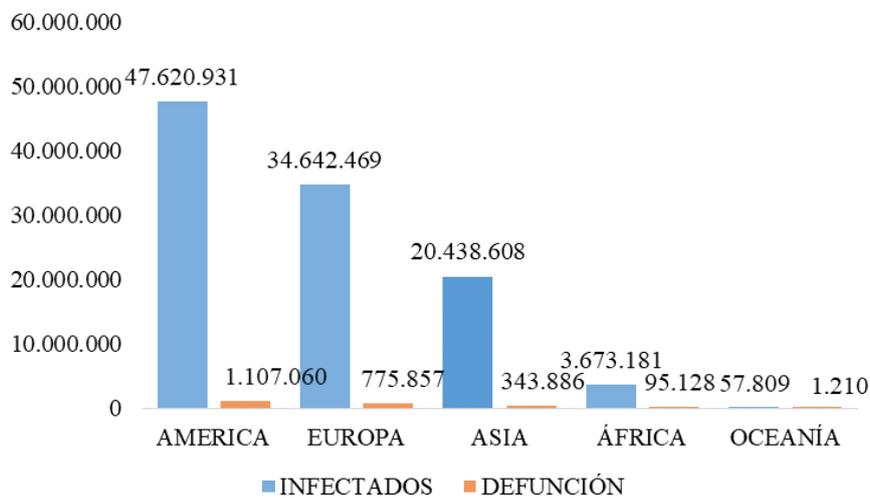


Figura 4. Continentes infectados y defunciones por Covid-19

Fuente: elaboración propia basada en datos de Statista

Como puede apreciarse el continente con mayor número de personas infectadas por Covid-19 es América, seguido de Europa, del mismo modo que las defunciones. Por el contrario, el que menos infectados y defunciones tiene es

Oceanía. Prácticamente todo el mundo está siendo testigo de la situación de pandemia que está viviendo el planeta actualmente.

En cuanto a las consecuencias que toda esta situación puede llegar a originar se va hacer mención a las que conocemos actualmente, sin olvidar que quedan por venir futuras y no menos importante consecuencias a lo largo del tiempo.

Una de las principales consecuencias económicas que la pandemia provocó fue el confinamiento total de la población, es decir, se realiza un periodo de cuarentena que dura aproximadamente dos meses y medio incluso tres, dependiendo de la situación de cada país. Durante el transcurso de estos meses, el mundo entero se encontraba parado, por lo que era prácticamente imposible mover dinero en la economía, ya que solamente permanecen abierto los negocios esenciales como los de alimentación, farmacia y hospitales, situación bastante grave para cualquier país.

Como consecuencia del confinamiento se produce una gran disminución de la producción y el consumo, ya que los negocios permanecen cerrados y las personas no pueden consumir, esto provoca un gran efecto en la economía. Los sectores más afectados en esta crisis son la hostelería, ocio nocturno y el turismo. Obviamente el mercado de la bolsa de valores sufre uno de los mayores desplomes de todos los tiempos.

Ante tal situación el Estado inyecta dinero en las empresas para ayudar a las personas que debido a la interrupción de los negocios se quedan sin trabajo, también para que puedan hacer frente al pago de sus trabajadores, etc. Además, en algunos países se ha retrasado el pago de los alquileres y suministros, así como el de los impuestos.

El impacto del coronavirus ha repercutido en gran medida a la economía y a la vida cotidiana de las familias, hace falta el transcurso del tiempo para conocer todos los efectos económicos que esta situación puede llegar a originar, pero de antemano se sabe que va a ser una situación dura y delicada, y que afectará a la economía de todas las personas del mundo. No olvidar, que al ser un impacto mundial, los países más desarrollados no pueden ayudar a los que se encuentran menos desarrollados por que estos también están atravesando una situación de crisis, esto ha provocado que los niveles de pobreza aumenten diariamente.

La mayor situación de incertidumbre que puede provocar una crisis es no saber cuándo esta llega a su fin. Situación que el mundo entero está viviendo desde inicios del año 2020. Es por ello que a día de hoy se vive en un ambiente

de inseguridad hacia el futuro, ya que es la primera crisis que de un día para otro paraliza al mundo entero. Además, también añadir que existe mucha desinformación acerca del origen de esta pandemia y de los efectos que provocará a largo plazo, es por ello, por lo que es necesario el transcurso del tiempo.

En diciembre del año 2020 comenzaron las primeras vacunas, el hecho de contar con vacunas va a permitir generar esperanzas y disminuir la incertidumbre que anteriormente se generó en todo el mundo. Se piensa que una vez que la mayoría de las personas de cada país estén vacunadas se volverá a la actividad normal que teníamos antes de la pandemia del coronavirus. En definitiva, la vacuna ha dado lugar a pensar en una recuperación económica.

Como se ha comentado anteriormente, esta situación de pandemia está ocurriendo actualmente en el mundo entero, por lo que aún se desconocen las consecuencias que provocará esta crisis a largo plazo. Una de las preguntas más frecuentes que se hacen las personas en su día a día es la previsión futura de la Covid-19. Según la OMS (Organización Mundial de la Salud) el virus puede llegar a ser una enfermedad habitual en la vida de las personas, es decir, que al igual que la gripe u otro tipo de virus, no desaparecerá nunca de nuestras vidas. Aunque el nivel de amenaza es mucho menor gracias a los efectos de la vacuna. Esto indica que la duración del virus va a depender en gran medida en la efectividad y rápida aplicación de las vacunas en las personas.

Esta crisis como se sabe no es sólo sanitaria, sino que también afecta al ámbito financiero. Según el FMI (Fondo Monetario Internacional):

Los costos humanos de la pandemia de Coronavirus ya son inconmensurables y todos los países necesitan trabajar juntos para proteger a las personas y limitar el daño económico. Este es un momento de solidaridad. (2020)

Además, siguiendo el ámbito financiero, los bancos centrales de todo el mundo han tomado una serie de medidas para conseguir equilibrar el sistema financiero de todo el mundo. Medidas tales como la disminución de las tasas de interés en la política monetaria o el aumento y refuerzo de la liquidez de estos bancos.

Para finalizar añadir que según expertos, ante tal caos que nos está tocando vivir, existe una gota de esperanza y es que en esta crisis el sistema financiero no ha sido afectado y lo mismo ocurre con el dinero de las familias, esto quiere decir que en la anterior crisis las personas se encontraban prácticamente sin dinero ya que no podían pedir prestado a las entidades financieras. Por el contrario, en esta crisis las familias cuentan con un respaldo de dinero al igual que el Estado, ya que ha sido provocada de un día para otro y no ha sido

consecuencia del sector financiero. Es por ello que los economistas relacionan esta crisis con una gráfica en forma de “V”, donde llegado al punto más bajo del ciclo la actividad económica empieza a reactivarse poco a poco hasta poder alcanzar la situación donde nos encontrábamos antes de esta pandemia.

6.3. COMPARATIVA DE LAS DOS RECIENTES CRISIS (2008-2020)

En este apartado se va a realizar una pequeña comparativa de las dos últimas crisis del siglo XXI, crisis que se están estudiando a lo largo del presente trabajo de fin de grado.

En primer lugar, unas de las diferencias más significativas es el origen de estas crisis, ya que son totalmente distintos. Por un lado, está la crisis de 2008 con origen en Estados Unidos donde se produjo el colapso del sistema financiero debido a las hipotecas *subprime*. Por otro lado, está la crisis de 2020 que tiene su origen en China donde se produce la aparición de un virus que produjo un colapso en la sanidad.

En la crisis del año 2020, la actividad económica sufre un parón imprevisto que dura algunos meses. Sin embargo, en la crisis del año 2008 la actividad nunca sufre un parón, aunque no aumenta como es debido.

Otra diferencia en cuanto a las dos recientes crisis del siglo XXI, es que en la crisis de 2008 los bancos no tienen liquidez y existe falta de dinero tanto en las instituciones financieras como en las familias, mientras que en la crisis de 2020 la economía está más equilibrada. En este caso, en la última crisis, las familias están menos endeudadas y además, cuentan con más dinero.

Por otro lado, la última crisis cuenta con un carácter inesperado y una duración indefinida a día de hoy. Sin embargo, la crisis del año 2008 era prevista por muchos economistas y expertos y duró de 6 a 10 años aproximadamente. Se espera que la crisis de 2020 sea más profunda en cuanto a los efectos económicos, pero menos extensa en cuanto a duración.

Otra de las diferencias que se pueden encontrar es la denominación de cada una de ellas, la del año 2008 es conocida por la Gran Recesión y la del año 2020 la Gran Pandemia.

Por último, tenemos que la caída del PIB en el año 2020 es superior a la caída que se produjo en el año 2008, esto es un dato que se estudiará más detalladamente en los apartados siguientes.

A pesar de todas estas diferencias, como se ha comentado anteriormente se sabe que ambas crisis producen consecuencias similares tales como la

disminución del desempleo, la caída de los mercados de valores, el aumento de la incertidumbre y desconfianza en la vida de las personas, etc.

A continuación, se muestra una tabla-resumen de las diferencias más importante de ambas crisis:

Tabla 1. Comparativa crisis 2008 - 2020

	CRISIS 2008	CRISIS 2020
ORIGEN	Estados Unidos.	China.
CAUSAS	Colapso Sistema Financiero.	Colapso Sanitario.
ACTIVIDAD ECONÓMICA	No sufre suspensión.	Suspensión de la actividad económica.
FINANCIACIÓN	Los bancos no cuentan con liquidez. Economía desequilibrada.	Los bancos cuentan con liquidez. Economía equilibrada.
CARÁCTER	Prevista por economistas y expertos.	Inesperado.
DURACIÓN	6 a 10 años aproximadamente.	Indefinido.
NOMBRAMIENTO	Gran Recesión.	Gran Pandemia.
PIB	Menor caída porcentual.	Mayor caída porcentual.

Fuente: elaboración propia

7. SITUACIÓN ESPAÑOLA ANTE LAS CRISIS DEL SIGLO XXI

Para analizar la situación económica de cualquier país, la forma más eficaz es ver la evolución que han sufrido los principales indicadores macroeconómicos de aquellos objetivos que se consideran fundamentales.

En este apartado se va a estudiar la situación española con la ayuda de los indicadores macroeconómicos desarrollados en apartados anteriores, concretamente nos centraremos en el periodo del año 2000 al año 2020.

Por otro lado, es importante hacer una pequeña introducción de la situación demográfica, social y política de España antes de comenzar el estudio de la economía española con sus respectivos indicadores.

En primer lugar, España es un país ubicado al suroeste de Europa que ocupa el 80% de la Península Ibérica compartida con Portugal. Al norte de

España se encuentra el Mar Cantábrico y Francia, al este está el Mar Mediterráneo, al sur además del Mar Mediterráneo también se encuentra el Océano Atlántico y al oeste el Océano Atlántico y Portugal.

España cuenta con una población de 47.351.567 habitantes, aunque es cierto que cuenta con un elevado volumen de población extranjera con nacionalidad española, aproximadamente un millón de personas. La superficie española es de 505.957 km², donde incluye las Islas Baleares, el Archipiélago Canario y las ciudades españolas de Ceuta y Melilla.

La principal lengua que se utiliza en España es el castellano, aunque cabe diferenciar algunas existentes en otras zonas como por ejemplo; catalán en Cataluña, gallego en Galicia, euskera en el País Vasco y valenciano en la Comunidad Valenciana.

La principal característica de la situación demográfica española es el envejecimiento de la población, la cual cuenta con una edad media de 43,35 años. A continuación, se muestra una tabla de la distribución de la población por edad en España durante el año de 2020 en porcentajes:

Tabla 2. Distribución de la población española por edad

De 8 a 14 años	De 15 a 19 años	De 30 a 44 años	De 45 a 59 años	De 60 a 74 años	De 75 a más
14'7%	23'2%	23'3%	17'4%	14'3%	8'7%

Fuente: elaboración propia basada en datos del INE

En cuanto a la situación social de España, se sabe que es un país más bien pobre debido a las recientes crisis tan seguidas que se han experimentado. Es por ello que quien era pobre antes de las crisis, a día de hoy lo es aún más. Además, existen personas con empleo que rozan el límite de la pobreza o que no consiguen salir de ella, ya que ciertos trabajos en España no ayudan a salvar a las personas de la nefasta situación económica. Destacar que la situación social española después de la pandemia del coronavirus se ha vuelto más dura, ya que España es un país que depende mucho del turismo, sector más afectado en la actual crisis.

Por último y haciendo referencia a la situación política, la forma de Estado español es la Monarquía Parlamentaria cuyo jefe del Estado es el Rey Felipe VI. Además, el gobierno está presidido por Pedro Sánchez desde inicios de 2020, el cual cuenta además con miembros del partido Unidas Podemos. Es el primer Gobierno de coalición en este periodo parlamentario.

7.1. PIB ESPAÑOL (2000 – 2020)

En este apartado se va a analizar la situación del Producto Interior Bruto (PIB) del periodo del año 2000 al año 2020, es decir, la evolución del PIB durante las dos primeras décadas del siglo XXI en España.

Como se ha visto en capítulos anteriores, el PIB es un indicador macroeconómico de gran importancia, cuya función es analizar el crecimiento de una economía.

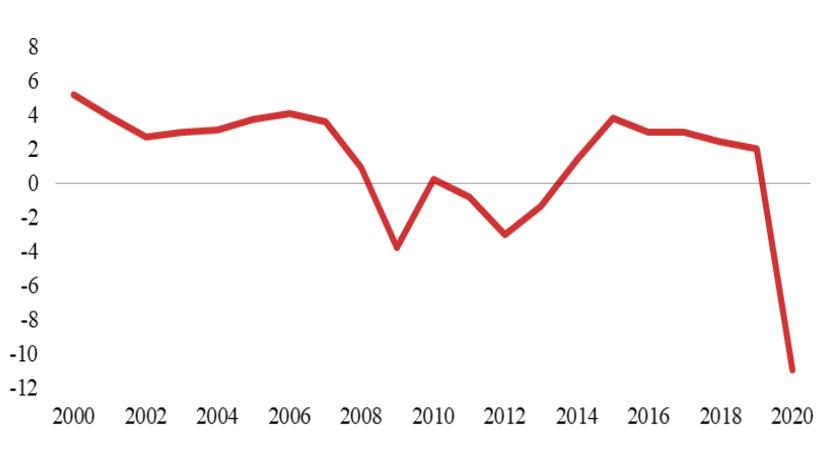


Figura 5. Evolución PIB en España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos del INE

Como puede apreciarse en la figura 5 se analiza la evolución del PIB en porcentajes desde el año 2000 hasta la actualidad. Está claro que las disminuciones de dicho indicador coinciden con las crisis que se estudian en este trabajo. Además, otro detalle importante es la gran disminución del PIB durante la crisis del Covid-19 en el año 2020, frente a la crisis del año 2008.

Se observa que la primera caída del PIB durante el siglo XXI se produce en el año 2009 con un porcentaje negativo de 3,8%. Esto es consecuencia del desplome financiero que se produjo en EE.UU afectando principalmente al sector de la construcción, industria y servicios como actividades financieras y de seguros y actividades inmobiliarias principalmente.

Ya desde el año 2008 se produjo una gran disminución con respecto al año anterior, aunque no llegó a tener cifras negativas. Es durante el año 2008 cuando España entra en recesión. Como se ha comentado anteriormente, en los periodos de recesión la actividad económica tiende a caer. Esta recesión se mantiene hasta el año 2010, donde se produce un aumento del PIB llegando a cifras positivas del 0,2%. No obstante, posteriormente se produce tres años

consecutivos de caída del PIB lo que supone un gran problema y situaciones difíciles para la economía del país.

Es por ello que la crisis del año 2008 tiene una duración aproximada de 6 años, ya que en el año 2014 el PIB comienza a obtener valores positivos. Aunque esto no quiere decir el fin de la crisis, ya que la economía española ha tardado bastantes años en recuperar o aproximarse a los niveles que existían antes de la crisis.

Por otro lado, no cabe duda que en el momento en el que la economía española se estaba recuperando de las heridas provocadas por la crisis del desplome del sistema financiero, se produce una drástica caída del PIB con un porcentaje negativo del 11%. Esto es debido a la paralización de la actividad económica durante dos o tres meses aproximadamente, a consecuencia de la pandemia provocada por el coronavirus. Uno de los sectores más afectados en esta reciente crisis es el turismo, lo que lleva consigo a la caída del negocio de las agencias de viajes. Otro sector bastante afectado por la pandemia es la hostelería.

Es cierto que al estar hablando del año 2020 como año actual, aun no se sabe cuánto durará esta crisis, lo que si es cierto es que la caída del PIB de este año con respecto a la de la crisis anterior muestra una diferencia de un valor porcentual del 7,2%. Valor bastante significativo.

7.2. TASA DE DESEMPLEO EN ESPAÑA (2000 – 2020)

En este apartado se va a analizar la evolución de la tasa de desempleo en España durante el periodo correspondiente desde el año 2000 hasta el año 2020. Ya se ha comentado anteriormente que el desempleo es una situación no deseada tanto para la economía de un país como para la economía de las personas que integran dicho país.

Es en los periodos de crisis, cuando el indicador macroeconómico de la tasa de desempleo muestra ser más elevado. Aunque hay que tener en cuenta, que es prácticamente imposible aunque deseado por la economía, que la tasa de desempleo de un país como España sea cero. Esta situación significaría que todas las personas de un país que quieren y pueden trabajar efectivamente lo hacen, es importante recalcar que es una situación deseable pero improbable.

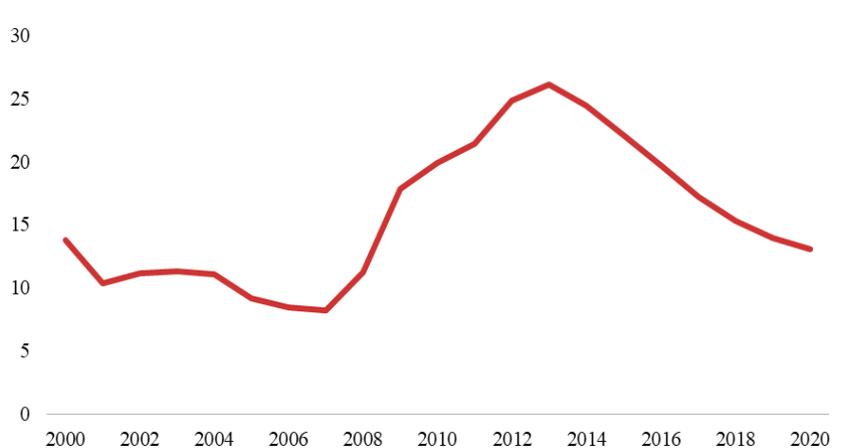


Figura 6. Evolución Tasa Desempleo en España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Statista

En la figura 6 se aprecia en primer lugar el gran aumento consecutivo, en valores porcentuales, que se produjo desde los años 2007 y 2008 hasta el año 2014 que es cuando comienza a disminuir la tasa de desempleo, periodo que coincide con la conocida crisis inducida por el sistema financiero en EE.UU.

El mayor aumento de la tasa de desempleo se produjo durante el año 2013 con un valor de 26,09% siendo el valor más alto que se aprecia en la figura. Como consecuencia de la caída de la actividad económica del país, se produce un significativo aumento del desempleo, esto es lo que se conoce como efecto 'dómino'. Es decir, la disminución de la actividad económica lleva consigo el aumento del desempleo. Situación donde millones de personas españolas pierden sus puestos de trabajo sin saber cuándo lo van a poder recuperar, o incluso si lo llegarían a recuperar.

Ahora bien, hasta día de hoy y sin olvidar que la crisis de 2020 está transcurriendo en estos momentos, se muestra que la crisis de 2008 alcanzó un mayor número de desempleados, llegando a obtener un desempleo del 26,09% en el año 2013 frente a un 13,02% en el año 2020. Para saber concretamente la evolución del desempleo en la crisis provocada por la pandemia del coronavirus es necesario el transcurso del tiempo.

Para finalizar con este apartado, es importante recalcar que el desempleo en España es una situación que existe prácticamente desde siempre y supone un gran problema para el país. Además, es mucho más elevado que en el resto de países de la Unión Europea, detalle que se estudiará más adelante.

7.3. DEFLACTOR IPC EN ESPAÑA (2000 – 2020)

Como se ha estudiado anteriormente, otro importante objetivo macroeconómico es la estabilidad de precios de un país. Para conseguir dicha estabilidad debe de concurrir además, una cierta estabilidad entre la inflación y la deflación, de lo contrario se producirían efectos negativos en la economía.

En la siguiente figura se muestra la evolución del indicador macroeconómico del IPC (Índice de Precios al Consumo), durante el periodo de tiempo transcurrido desde el año 2000 hasta 2020 en España. Como ya se ha estudiado, recalcar que el IPC mide las variaciones de precios de bienes y servicios consumidos en los hogares españoles durante un tiempo determinado.

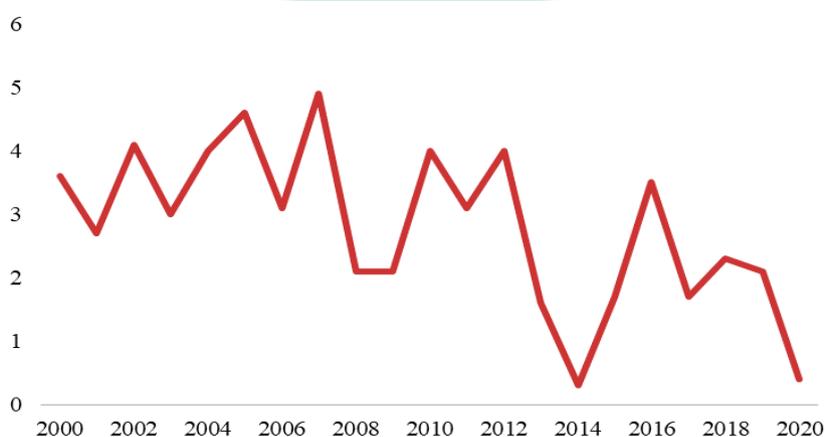


Figura 7. Evolución IPC en España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos del INE

Se observa que este indicador macroeconómico es un poco inestable. En el periodo de crisis del 2008 se sufre una gran disminución con respecto a los años anteriores. No obstante, la mayor disminución del IPC español hasta el momento se produce en el año 2014, obteniendo un valor de 0,3%. Esto puede ser consecuencia de la crisis iniciada en 2008 que toma efectos durante los años posteriores, como también ocurre con el desempleo donde su valor más alto se muestra en los años posteriores a la crisis.

Actualmente, en el año 2020 también ha sufrido una disminución de mayor envergadura que la del año 2008. Esto indica que las disminuciones del indicador coinciden con los periodos de crisis estudiados.

7.4. SUPERÁVIT Y DÉFICIT PÚBLICO EN ESPAÑA (2000 – 2020)

En este apartado se va a analizar la evolución del déficit/superávit público en España durante el periodo que transcurre desde el año 2000, hasta la

actualidad. Como hasta ahora hemos venido haciendo, los valores se muestran en porcentajes.

Como se ha estudiado anteriormente, existen situaciones de déficit público cuando la diferencia entre los ingresos y gastos del Estados suponen un resultado negativo, en caso contrario ocurrirá superávit público.

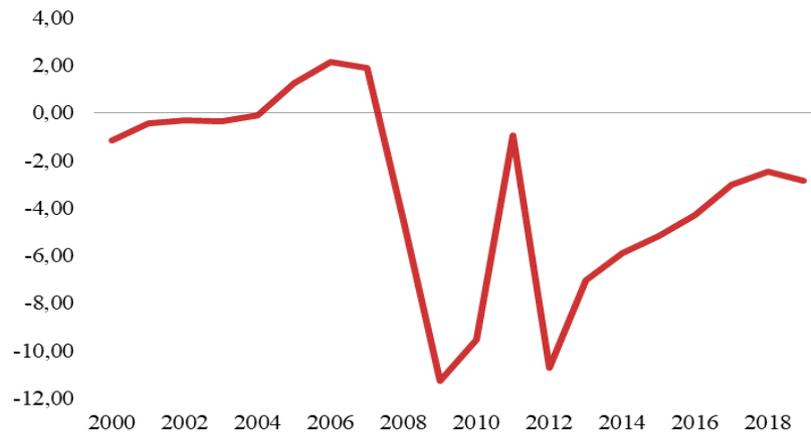


Figura 8. Evolución déficit/superávit público en España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión

Como puede observarse España es un país donde predomina el déficit público en lugar del superávit. En las últimas dos décadas sólo ha mostrado un superávit consecutivo de tres años que corresponden justamente a los años anteriores de la crisis del año 2008. Por lo demás, todos los años ha mostrado déficit.

En el año del estallido de la crisis del sector financiero, España obtiene un déficit de 4,57% y a partir de ahí comienza un gran e importante descenso obteniendo en el año 2009 un valor del 11,28%, valor más bajo que se muestra en la figura.

Actualmente, durante la crisis del Covid-19, los datos del año 2020 no se encuentran actualizados, aunque se prevé que bajaran en los años siguientes.

Según las previsiones del FMI (Fondo Monetario Internacional), España tendrá el déficit más alto de Europa. Además, debido a las consecuencias provocadas por la crisis del Covid-19, al igual que aumentará el déficit público también aumentará la deuda pública que soporta España.

Es por ello, que el principal y gran problema que se enfrenta España, es que antes de estallar la crisis del Covid-19 ya contaba con una gran deuda pública y

con déficit, por lo que comenzar una crisis con esos valores es una situación bastante complicada.

En definitiva, el Estado de España gasta más dinero de lo que ingresa, esto conlleva que no tenga fondos para hacer frente a los pagos correspondientes, y provoque situaciones de endeudamiento, que es en concreto la situación con la que vive España en la mayoría de los años, como puede observarse en la figura 8.

7.5. SUPERÁVIT Y DÉFICIT COMERCIAL EN ESPAÑA (2000 - 2020)

Para finalizar con este apartado referido a las dos grandes crisis provocadas en España durante las dos primeras décadas del siglo XXI, se va realizar el estudio de la evolución, en valores porcentuales, de otro importante objetivo macroeconómico estudiado anteriormente, en concreto el superávit y déficit comercial, comprendido entre el año 2000 y 2020.

Como ya se ha comentado en apartados anteriores, el superávit y déficit comercial están relacionados con el comercio exterior, concretamente con las exportaciones que nuestro país realiza fuera y con las importaciones que otros países realizan a España.

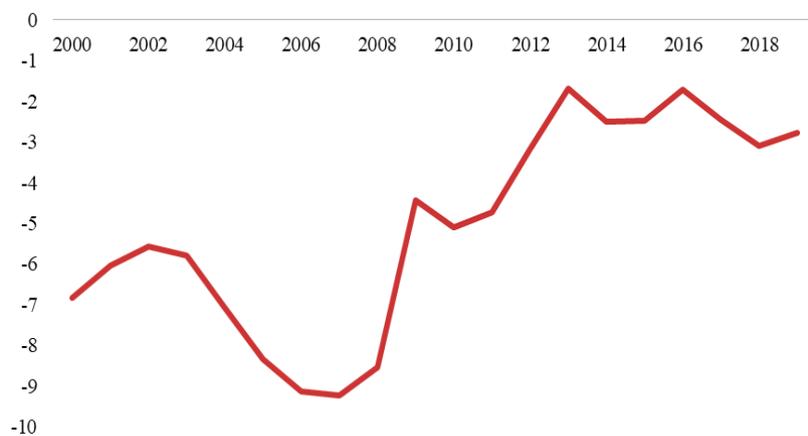


Figura 9. Evolución déficit comercial en España (2000-2019)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión

La figura 9, expresa claramente el continuo déficit comercial que soporta España durante todos los años. No existe ni un solo año durante las dos primeras décadas del siglo XXI donde se haya registrado un superávit comercial. Es más, no se registra ningún superávit comercial en España desde los años 1996/1997 aproximadamente.

España cuenta con ser el país con mayor déficit comercial, al igual que ocurría con el déficit público. Esto indica, que en España se producen más importaciones de otros países que exportaciones, es decir, compramos más fuera de nuestro país de lo que vendemos al exterior.

Puede observarse que durante el periodo de crisis del año 2008 se produce una gran bajada del déficit comercial, llegando incluso al -8,54%. A partir de ese momento, se observa una subida progresiva pero nunca llega a tener valores positivos, o lo que es lo mismo, a tener superávit comercial.

Como se ve en la figura 9, sólo se muestra hasta el año 2019 ya que a día de hoy todavía no está actualizada la información del año 2020. Aunque es cierto, que según economistas a principios del año 2020 se produce una bajada del déficit comercial debido al parón de la actividad económica en España a causa de la pandemia provocada por el Covid-19. No obstante, conforme va transcurriendo el año, dicho déficit va igualándose al resultado del año anterior.

Para finalizar, indicar que los sectores que más exportaciones producen en España son la alimentación, el tabaco y las bebidas. Además, hay que tener en cuenta después de ver la presente evolución que España cuenta con una gran debilidad económica al ser el país con mayor déficit, lo que indica que no vendemos nuestros productos fuera y con por ello contamos con ser un país no competente.

8.COMPARATIVA DE LAS CRISIS DEL SIGLO XXI EN ESTADOS UNIDOS, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA

En este apartado, como su nombre indica, se va a realizar una pequeña comparativa de cuatro países frente a las crisis más simbólicas que se han producido en estas últimas décadas. Dicha comparativa se realizará a través de la evolución de los indicadores macroeconómicos estudiados durante el presente trabajo. Pero, ¿cuál es el motivo por el que escogemos estos países? Pues bien, por un lado se ha elegido Estados Unidos y China ya que son los países de orígenes de ambas crisis. Como se ha estudiado con anterioridad, la crisis provocada en el año 2008 causada por el sector financiero tuvo origen en EE.UU, de la misma forma, la crisis que se está viviendo actualmente provocada por la pandemia del coronavirus ha sido ocasionada en China. Otro motivo por el que se ha elegido estos dos países es por ser las principales potencias mundiales.

Además de estos dos países, también se va a estudiar el caso de Alemania. La elección de Alemania es incitada por ser el motor económico y principal

potencia de la Unión Europea. Con ello, se podrá apreciar mejor la situación en la que nosotros, España, nos encontramos frente a las crisis económicas.

Por otro lado es necesario destacar, al igual que se ha hecho con anterioridad en el caso de España, la situación de estos países; EE.UU país con más de cincuenta estados situado en América del Norte con una superficie de 9.831.540 km², considerándose uno de los países más grandes del mundo y más aún, la primera economía mundial. Cuenta con una población de 328 millones de personas aproximadamente. La capital de EE.UU es Washington y como moneda tienen el Dólar estadounidense. En cuanto a la situación política de EE.UU tiene una república federal constitucional con régimen presidencialista. Actualmente tras realizarse las precisas elecciones a principios del año 2021 Joseph Robi- nette Biden ha conseguido el poder como presidente del gobierno estadouni- dense dejando atrás la presidencia de Donalt Trump.

En cuanto a China, es un país situado al este de Asia con una superficie de 9.562.910 km² y una población de 1.393 miles de millones de personas, consi- derándose el país más poblado del mundo. China cuenta con ser la segunda eco- nomía mundial detrás de EE.UU, es por ello que existe una constante lucha entre las dos potencias. La capital de China es Pekín y su moneda es llamada Renminbi o Yuan. Por otro lado, el sistema político de China es declarado tanto comunista como socialista, gobernado por el Partido Comunista de China presidido por Xi Jinping.

Por último, Alemania es la economía con mayor prestigio después de EE.UU, China y Japón, considerándose la cuarta economía más poderosa del mundo. Está situada en Europa Occidental con una superficie de 357.580 km² y una población de 83 millones aproximadamente. La capital de Alemania es Ber- lín y al igual que España, cuenta con la moneda del Euro. En cuanto a la situación política de Alemania, cuenta con una República Federal organizada en forma de democracia parlamentaria. La constitución pacta que todo el poder proviene del pueblo.

8.1. PIB EE.UU, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA (2000 - 2020)

La figura 10 que se valora a continuación muestra la evolución del PIB, en valores porcentuales, de los cuatro países comentados anteriormente durante las dos primeras décadas del siglo XXI. Como puede apreciarse a primera vista, existe una diferencia del valor del PIB de China con el resto de países. Tanto en EE.UU, como en Alemania y en España, el PIB cae en el año 2008 mostrando el peor dato de esta primera década del siglo XXI, debido a la crisis del sector

financiero, a excepción de España que su peor dato lo obtiene en la crisis del 2020 por la pandemia del coronavirus. Durante la crisis del 2008 el país que más desciende es Alemania. Sin embargo, en la crisis del año 2020 como puede apreciarse el país más afectado es España. Estas bajadas provocaron una complicada situación para las economías de los países, ya que el gasto de los consumidores disminuyó en gran medida.

Con respecto a China, el PIB no llega a tener ningún valor negativo en las crisis estudiadas, aunque en el año 2020 llega a rozarlo con un valor del 1,95%. Este país no muestra valores negativos, pero no quiere decir que no haya sufrido estas fuertes crisis. Se puede observar la disminución que se produce en el año 2008 con un valor del 9,7% que provoca una diferencia del 4,5% con respecto al periodo anterior. Es cierto que China no ha sido tan afectada como los demás países pero aun así no quedó exenta. En definitiva, puede observarse como las caídas del PIB de estos países coinciden concretamente con las crisis estudiadas.

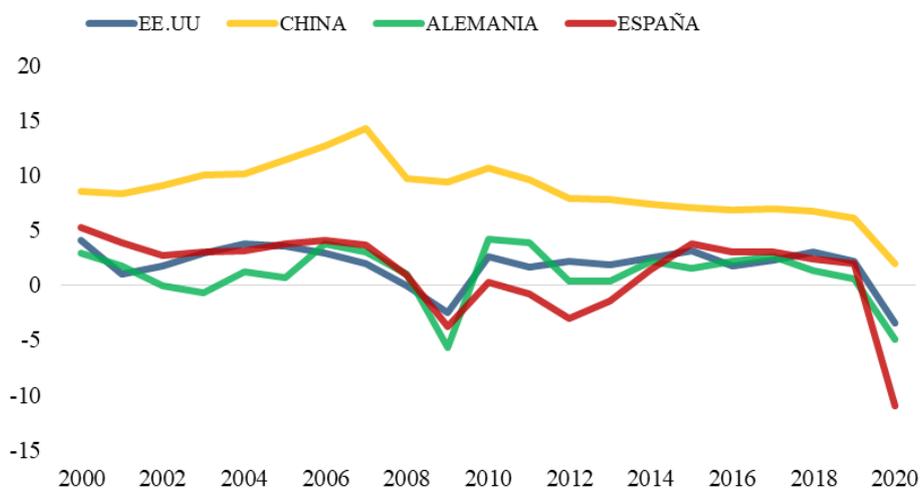


Figura 10. Evolución PIB EE.UU, China, Alemania y España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión

8.2. TASA DE DESEMPLEO EE.UU, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA (2000 – 2020)

La figura 11 muestra la evolución de la Tasa de Desempleo de los cuatro países, en valores porcentuales, abarcando desde el año 2000 al 2020. Lo que más destaca de esta figura es la gran diferencia de desempleo que muestra España llegando incluso a triplicar la tasa de desempleo respecto a los demás países, una auténtica barbaridad. En EE.UU y Alemania se puede observar el aumento del desempleo durante las épocas de crisis y más aún en EE.UU.

El principal problema de España con respecto al gran volumen de desempleo que mantiene es que una vez pasadas las crisis le resulta muy complicado volver a los valores 'normales' de desempleo que mantenía con anterioridad. Por el contrario EE.UU y Alemania, les resulta más sencillo llegar a las tasas de desempleo obtenidas anterior a las crisis.

En cuanto a China, muestra una invariable tasa de desempleo que se mantiene más o menos constante a lo largo de los años. Es un país cuyo desempleo no ha variado mucho en épocas de crisis, se podría decir que China mantiene los niveles más bajos de desempleo del mundo.

Se aprecia que las crisis actúan de manera diferente entre los distintos países. En Europa millones de personas pierden sus empleos en tiempos de crisis y viven con la incertidumbre de poder recuperarlos algún día. Por el contrario, en China los empleos se mantienen incluso en periodos de crisis debido al alto volumen de trabajo que este país tiene con sus industrias manufactureras hacia el exterior del mundo.

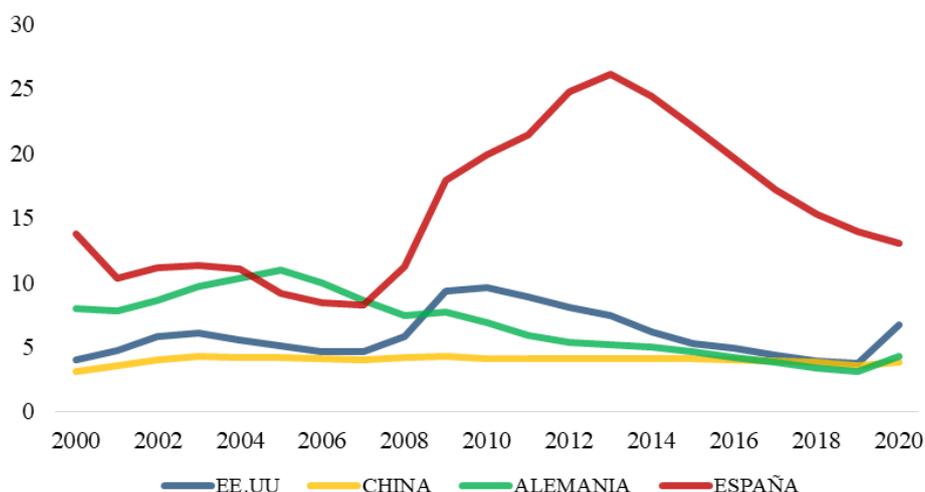


Figura 11. Evolución Tasa de Desempleo EE.UU, China, Alemania y España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión

8.3. IPC EE.UU, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA (2000 – 2020)

En la figura 12 se aprecia la evolución del Deflactor de IPC en valores porcentuales de los países estudiados. Como puede observarse, al igual que se comentó en el caso de España, este indicador muestra ser inestable en cada uno de los países. Esto indica que existe una constante variación de los precios de los bienes y servicios consumidos por las familias de cada país. No obstante, puede observarse que la mayor variación del IPC durante la crisis del 2008 se

produce en China, mostrando incluso valores negativos del 0,34%. Por el contrario, en la crisis del 2020 la mayor variación del precio de los bienes y servicios se produce en España mostrando un valor del 0,4%. En cuanto a EE.UU y Alemania, así como China y España, se aprecia claramente que aunque exista constantes periodos de auge y declive a través de los años, durante los periodos de crisis concurre efectivamente una disminución del IPC provocado por la disminución del consumo de bienes y servicios de las familias de estos países en tiempos de crisis.

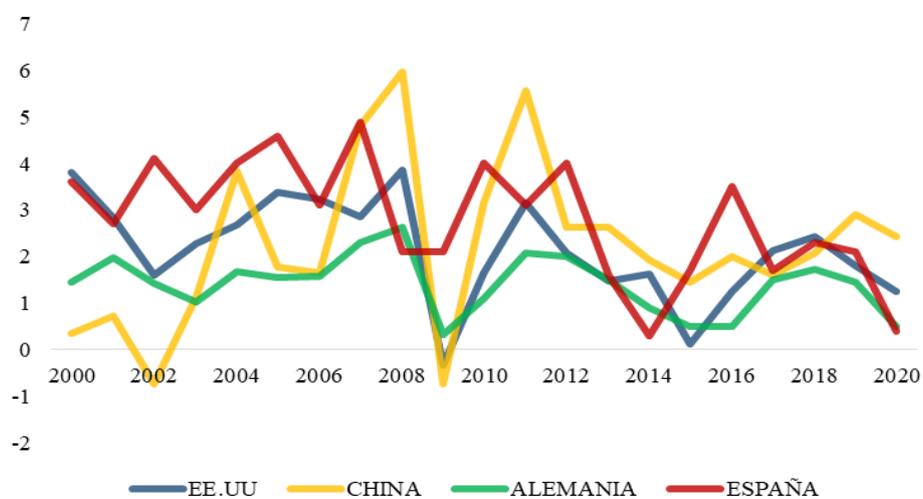


Figura 12. Evolución IPC EE.UU, China, Alemania y España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión e Inflación

8.4. SUPERÁVIT Y DÉFICIT PÚBLICO EE.UU, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA (2000 - 2020)

En la presente figura se aprecia la evolución del superávit y déficit público de estos cuatro países. De primera vista se aprecia que en estos países predomina principalmente el déficit público, es decir, el Estado de los presentes países gasta más de lo que ingresa. Además se aprecia el gran aumento del déficit que se produjo en EE.UU y España durante la crisis del año 2008, disminución mucho más elevada que Alemania y China.

Con respecto a la actual crisis, EE.UU y China vuelven a tener mayor déficit. Sin embargo, Alemania y España consiguen mejorar sus déficit, incluso el país alemán viene obteniendo durante ocho años atrás un superávit consecutivo, datos bastante favorables para dicho país. No olvidar que en esta figura sólo se aprecia hasta el año 2019 ya que actualmente los datos de superávit y déficit público no se encuentran disponibles para el periodo de 2020.

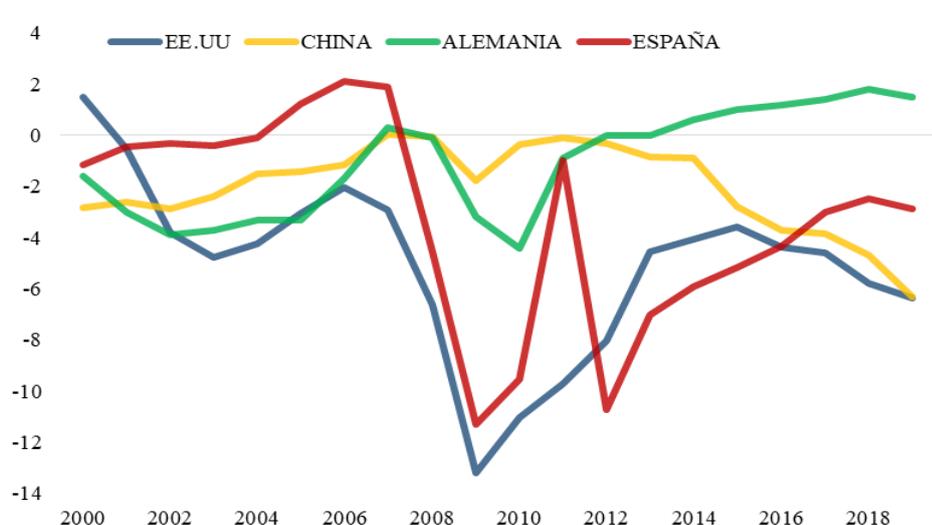


Figura 13. Evolución superávit/déficit público EE.UU, China, Alemania y España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión e Inflación

8.5. SUPERÁVIT Y DÉFICIT COMERCIAL EE.UU, CHINA, ALEMANIA Y ESPAÑA (2000 - 2020)

En la figura 14 se ve una clara diferenciación por un lado entre Alemania y China y por otro entre EE.UU y España. En las últimas dos décadas del siglo XXI, Alemania y China han tenido superávit comercial en todo momento, esto quiere decir que ambos países cuentan con mayor número de exportaciones hacia el exterior que importaciones, por lo que se abastecen por sí mismo y además venden al exterior, situación positiva para una economía. Aunque dichos valores disminuyen durante el periodo de crisis del año 2008 no lo hace con gran influencia. Sin embargo, en el año 2020 China cuenta con un mayor número de exportaciones en su mercado a pesar de la crisis del coronavirus.

Por otro lado, se encuentra EE.UU, país con mayor número de importaciones del mundo, esto quiere decir que cuenta con un gran volumen de mercancía de otros países, principalmente de China. Dicho país mantiene una constante evolución de sus importaciones a lo largo de los años, sin hacer notar grandes variaciones. Sin embargo, España si que hace notar disminuciones durante el periodo de crisis del año 2008 aunque durante el año 2020 parece que los dos países se están manteniendo constante.

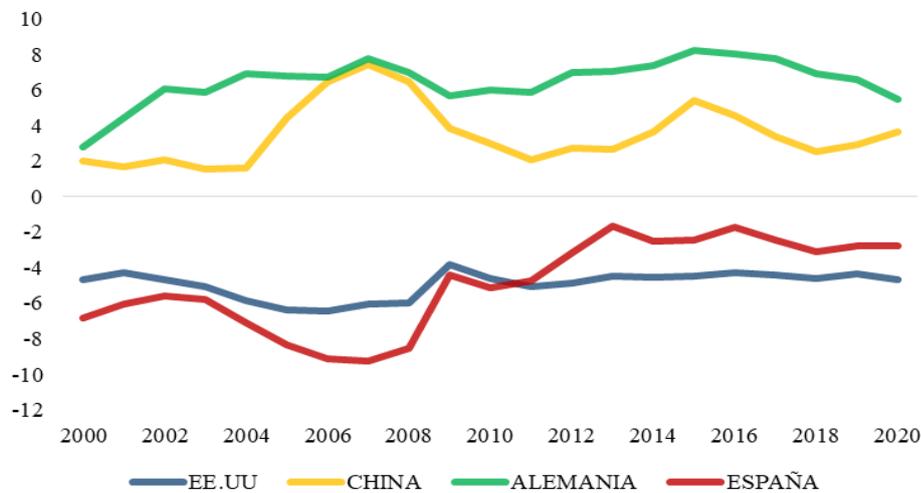


Figura 14. Evolución superávit/déficit comercial EE.UU, China, Alemania y España (2000-2020)

Fuente: elaboración propia basada en datos de Expansión

9. CONCLUSIÓN

Las crisis económicas son fenómenos que se introducen a lo largo de la historia surgiendo ciclos económicos como se ha visto a lo largo del presente trabajo. Durante el tiempo que lleva iniciado el siglo XXI, se han producido dos grandes crisis económicas con distintos orígenes y causas, pero con similares repercusiones a nivel económico.

La repercusión económica de ambas crisis ha sido prácticamente de la misma envergadura en los distintos países, a excepción de China donde la repercusión ha sido inferior. Por lo que se puede corroborar que efectivamente cuando se inicia una crisis económica sea cual sea su país de origen, afecta a nivel mundial debido a los efectos de la globalización.

Los países sufren importantes desequilibrios económicos durante las épocas de crisis provocando grandes consecuencias negativas, inevitables en mayor medida. Dichas consecuencias se han visto reflejadas a lo largo del trabajo con la disminución de los indicadores macroeconómicos, los cuales miden el alcance de los objetivos macroeconómicos que desean los distintos países.

Con la ayuda de los indicadores se llega a conocer con certeza la situación, principalmente económica, de los países y más aún, permiten comparar la situación de cada país con otro cualquiera.

Es cierto, que hoy día, el efecto de la globalización expande las crisis por todo el mundo independientemente de cual sea su origen. No obstante, este

fenómeno no afecta a todos los países por igual ya que esto depende en gran medida de la situación del país anterior a la crisis.

Es por ello, que para poder estudiar la influencia de una crisis en cualquier país, hay que tener en cuenta la situación anterior a la crisis. Por un lado, en referencia a la crisis del año 2008, cuando esta estalló, la situación de los países era nefasta ya que los ciudadanos no contaban con dinero y más aún no podían pedir prestado a las entidades financieras, porque estas tampoco disponían de dinero para prestar, es decir, existía un clima de gran desconfianza e incertidumbre. Ante esta situación ha sido necesario el transcurso de los años para que tanto las entidades financieras como los ciudadanos puedan recaudar dinero y poder volver a poner el dinero en circulación y con ello recuperar la desconfianza que existía.

Sin embargo, la crisis actual del año 2020, ha llegado de forma inesperada para todos y ha provocado un parón repentino de la actividad económica. Esto quiere decir que, antes de la crisis provocada por la pandemia, se vivía una situación económica medianamente buena en todos los países. Por lo que esta crisis, aunque muestre que los indicadores macroeconómicos son más bajos que la anterior, se puede decir que será menos intensa en cuanto a duración, ya que antes de estallar la crisis existía una buena situación económica en los países y esto ayuda a salir de esta con más facilidad.

Para finalizar cabe resaltar que las consecuencias económicas reales de la crisis sanitaria se podrán analizar con mayor profundidad a medio y largo plazo, por lo que se toma como posible línea de investigación futura.

BIBLIOGRAFÍA

Burns, A.F. y Mitchell, W.C. (1946): *Measuring Business Cycles*, también en *Studies in Business Cycles*, vol. 2, NBER.

Cendejas, J. L. (2016). *Ciclo económico: introducción*. November. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13960.42245>

Cristóbal, A. (2012). El índice deflactor del Producto Interior Bruto. *Índice BCE*, 8-9. <http://www.revistaindice.com/numero21/p8.pdf>

Coobs, W. (1995). Choosing the right words: the development of guidelines for the selection of the appropriate crisis response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8, 447-476.

DANE (2006). Preguntas Frecuentes. Índice de Precios al Consumo. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*, 1 - 3. https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ipc.pdf

Expansión (varios años). *Déficit y Superávit Público*. <https://datosmacro.expansion.com/deficit/espana>

Expansión (varios años). *Déficit y Superávit Comercial*. <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/espana>

García Ponce, D., & Smolak-Lozano, E. (2013). Comunicación de crisis: compilación y revisión de teorías y taxonomías prácticas desde una perspectiva cualitativa. *Vivat Academia*, 0(124), 51. <https://doi.org/10.15178/va.2013.124.51-67>

Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019a). El Derecho Internacional de la Prevención y Gestión de Crisis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019b). Metodología del Índice de Precios al por Mayor. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

INE (varios años). *Producto Interior Bruto (PIB)*. Instituto Nacional de Estadística. https://www.ine.es/prensa/pib_tabla_cne.htm

INE (varios años). *Índice de Precios al Consumo (IPC)*. Instituto Nacional de Estadística. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176802&menu=ultiDatos&idp=1254735976607

Jiménez, F. (2019). Elementos de teoría y política macroeconómica para una economía abierta. *Elementos de Teoría y Política Macroeconómica Para Una Economía Abierta*, 3–40. <https://econpapers.repec.org/RePEc:pcp:puclib:ide-2012-02a>

Koselleck, Reinhart (2002). “Some Questions Regarding the Conceptual History of “Crisis””. *The Practice of Conceptual History: Timing History, Spacing Concepts*. Stanford: Stanford University Press, 2002: 236-247.

Kristalina Georgieva (2020). *Declaración tras una llamada ministerial del G20 sobre emergencias del coronavirus*. Fondo Monetario Internacional (FMI). <https://www.imf.org/es/Topics/imf-and-covid19>.

Márquez, G. (2010). Evolución y Estructura del PIB, 1921-2010. *El Colegio de México and Secretaría de Economía*, 549–572. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv47wf39.21>

Mittelman, J.H., editor. *Globalización: critical reflexións*. USA. Lynne Rienner. 1996

Olaya, I. C. R. (2003). Ciclos económicos y ciclos de referencia. Aspectos teóricos y evidencia empírica. *15 de Octubre 2003*, 41–60. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ecos-economia/article/view/2059/2028>

Piñuel, J.L (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.

Rivas, D. M. (2013). Ciclos Económicos : Prosperidad Y Depresión. *Mediterráneo Económico*, 22, 113–123. <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/22/22-338.pdf>

Statista. (n.d.). *Casos confirmados de coronavirus en el mundo por continente 2021 | Statista*. Retrieved February 19, 2021, from <https://es.statista.com/estadisticas/1107712/covid19-casos-confirmados-a-nivel-mundial-por-region/>

Statista (varios años). *Tasa de Desempleo*. <https://es.statista.com/estadisticas/500987/prevision-tasa-de-paro-en-espana/>

Suárez, L. M. (2014). *Los Ciclos Económicos y sus Crisis. Abril*, 1-112. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>

Todesca, J. (2016). ¿Qué es el índice de precios al consumidor? *Revista INDEC*, 16. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/ipc_que_es_06_16.pdf

Ulmer, R.R., Sellnow, T.L y Seeger, M.W. (2015). *Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity*. California

