

The background of the cover is a dense field of small, semi-transparent dots. The dots are primarily purple, with a concentration in the upper half of the page. Scattered throughout the lower half are teal-colored dots. The overall effect is a textured, abstract pattern that suggests movement and a transition from a dense state to a more dispersed one.

Turismo pos-COVID-19

Reflexiones, retos y oportunidades

Coord. Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemi Padrón Fumero



Cátedra de Turismo
CajaCanarias-Ashotel
Universidad de La Laguna

Turismo pos-COVID-19

Reflexiones, retos y oportunidades

Turismo pos-COVID-19
Reflexiones, retos y oportunidades

Copyright © de los autores

1ª edición, julio 2020

Coordinadores:

Moisés Simancas Cruz

Raúl Hernández Martín

Noemi Padrón Fumero

Edita: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad
de La Laguna

Publicado en La Laguna, España en 2020.

Diseño y maquetación: Proyectran

ISBN: 978-84-09-21816-5

DOI: <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

Impreso en Canarias

Turismo pos-COVID-19

Reflexiones, retos y oportunidades

Coord.

Moisés Simancas Cruz

Raúl Hernández Martín

Noemi Padrón Fumero



Cátedra de Turismo
CajaCanarias-Ashotel
Universidad de La Laguna

Índice

- 011 Prólogo**
Rosa Aguilar Chinae
Rectora de la Universidad de La Laguna
- 012 Prólogo**
Yaiza Castilla Herrera
Consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias
- 013 Introducción**
Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemi Padrón Fumero
Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la
Universidad de La Laguna

Parte I. Repensando el turismo en el escenario de incertidumbre de la COVID-19

- Capítulo 1** 019 La crisis sistémica del turismo: una perspectiva global en tiempos de pandemia
Alejandro Mantecón
- Capítulo 2** 031 Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y para lo próximo
Jorge Olcina Cantos
- Capítulo 3** 045 Un enfoque sistémico para entender y afrontar la crisis turística
Raúl Hernández Martín
- Capítulo 4** 051 Utilidad, expectativas ficcionales y consumo turístico: escenarios poscoronavirus
Manuel Ángel Santana Turégano
- Capítulo 5** 063 Una breve reflexión desde el cero turístico
José Luis Rivero Ceballos, Jesús Hernández, Serafín Corral y Manuel Navarro
- Capítulo 6** 069 De la vergüenza al miedo a volar
Juan Carlos Martín Hernández
- Capítulo 7** 083 Para viajar será necesario más que un pasaporte y solvencia económica
César Sar Rivera
- Capítulo 8** 093 Ciudad saludable en una sociedad del riesgo
Joaquín Mañoso Valderrama
- Capítulo 9** 107 La seguridad y continuidad de los negocios como efecto dinamizador para los destinos en la etapa pos-COVID
Alexis Robles
- Capítulo 10** 119 Algunas reflexiones sobre las implicaciones culturales de la adaptación del turismo tras la pandemia
Alberto Jonay Rodríguez Darías

Parte II. Planteando retos y oportunidades para el turismo en el escenario de la COVID-19

Políticas, planes y estrategias de reactivación del turismo

- Capítulo 11** 131 Políticas turísticas ante una pandemia
María Velasco González
- Capítulo 12** 147 Estrategias de destinos y empresas en el mercado turístico pos-COVID-19
Alfonso Vargas Sánchez
- Capítulo 13** 161 Turismo poscoronavirus: ¿una oportunidad para el Poscrecimiento?
Germán Palomo Ortega, Enrique Navarro Jurado, Alfonso Cerezo Medina y Enrique Torres Bernier.
- Capítulo 14** 175 El papel de los datos en la gestión y recuperación de los destinos turísticos en la crisis de la COVID-19
Carlos Sintés González
- Capítulo 15** 183 Efectividad de las soluciones inteligentes frente a la COVID-19: ¿puede realmente la tecnología ayudar a la recuperación del sector?
Félix Herrera Priano e Iván González Aguiar
- Capítulo 16** 191 El amargo despertar del turismo mexicano pos-COVID-19
Daniel Hiernaux-Nicolas
- Capítulo 17** 201 El turismo poscoronavirus en Galicia. Plan de reactivación
Noelia Araújo Vila, Jose Antonio Fraiz Brea y Diego R. Toubes

Destinos turísticos

- Capítulo 18** 211 Turismo y vulnerabilidad territorial: capacidad de resiliencia de los diferentes modelos turísticos frente a la crisis pandémica del coronavirus en España
María Dolores Pitarch Garrido
- Capítulo 19** 225 Arquitectura y salud. Aprendiendo de la enfermedad
Ricard Pié, Mónica Batalla, Carlos Rosa, Josep Maria Vilanova i Claret, Enrico Porfido y Nuria Nebot Gómez de Salazar
- Capítulo 20** 239 Las playas inteligentes: la mejor alternativa para la gestión de playas poscoronavirus
Adrián Ferrandis Martínez, José Vicente Sánchez Cabrera, Álvaro Torres Puche y Luís Quesada Muelas

Sostenibilidad y gobernanza

- Capítulo 21** 255 Reflexiones sobre sostenibilidad turística durante la pandemia: una agenda para el sector frente a los ODS
Noemí Padrón Fumero y Raúl Hernández Martín
- Capítulo 22** 265 La Agenda 2030 en el turismo pospandemia: Biosphere lifestyle
Patricio Azcárate Díaz de Losada
- Capítulo 23** 271 La sostenibilidad como apoyo en la desescalada de la COVID-19: una comparación al modelo de Doxey
Danielle Pimentel de Oliveira
- Capítulo 24** 283 La hora del turismo sostenible y de las personas
Sergio Suárez Rosa y Enrique Fumero González

Capítulo 25	293	De espectadora a protagonista: la sociedad en la reformulación del turismo tras el coronavirus <i>Vicente Manuel Zapata Hernández</i>
Capítulo 26	305	Era pos-COVID-19: propuestas para acelerar la recuperación del travel desde el punto de vista de los profesionales del sector <i>Eric López C.</i>
Capítulo 27	311	El rol del residente en la recuperación de los destinos turísticos <i>Desiderio Gutiérrez Taño, Ricardo J. Díaz Armas y Joan B. Garau Vadell</i>
Economía y empresa		
Capítulo 28	319	Impacto de la COVID en el PIB turístico. Análisis de la situación y propuestas de recuperación del turismo español <i>Raquel García Revilla, Olga Martínez Moure y Pedro Aceituno Aceituno</i>
Capítulo 29	331	Ha llegado la hora de ser competitiv@s <i>Nagore Espinosa Uresandi</i>
Capítulo 30	339	La financiación en empresas turísticas en la fase de recuperación. Prestamos ICO y su efecto en la tesorería de las empresas <i>Francisco Rodríguez Serrano</i>
Capítulo 31	351	Viajes, bonos y COVID: algunas reflexiones transitorias <i>Inmaculada González Cabrera y María del Mar Gómez Lozano</i>
Capítulo 32	365	Análisis de la problemática derivada de la unilateralidad negocial a raíz de la crisis por el COVID-19 en los contratos de touroperación y explotación turística en Canarias y la figura de la sumisión jurisdiccional <i>Carlos Bethencourt González</i>
Empleo y formación		
Capítulo 33	375	Impacto de la COVID-19 en las relaciones laborales del turismo en España <i>José Luís Rivero Ceballos y Noemi Padrón Fumero</i>
Capítulo 34	385	Retos para el empleo y la formación posteriores al cero turístico: ¿continuidad o cambio? <i>J. Rosa Marrero Rodríguez</i>
Capítulo 35	397	¿Influye la justicia organizacional percibida por los empleados del sector hotelero sobre su compromiso y su comportamiento cívico en tiempos de COVID-19? <i>Teresa Aguiar Quintana y Yasmina Araujo</i>
Capítulo 36	407	La consolidación de la formación online para la reactivación y recuperación turística de América Latina y España <i>Daniel Celis Sosa</i>
Alojamiento		
Capítulo 37	417	Los hoteles ante la nueva normalidad turística: reflexiones para el aprendizaje <i>Juan Pablo González Cruz</i>
Capítulo 38	427	Construir hoteles sin contactos: una visión desde la RSE <i>Marta Mª Domínguez Herrera y Olga González Morales</i>
Capítulo 39	443	El Revenue Management en tiempos de volatilidad e incertidumbre <i>Pilar Talón Ballestero, Dolores Flecha Barrio y Lydia González Serrano.</i>

Capítulo 40	451	La comunicación como herramienta de desarrollo estratégico del sector hotelero en el contexto pos-COVID-19 <i>Manuel de la Hoz Hernández</i>
Capítulo 41	461	Diseñando el alojamiento turístico: tendencias en la renovación turística ante el COVID-19 <i>Fernando Garasa López y Ana Tiestos Naranjo</i>
Capítulo 42	469	El alquiler vacacional frente al espejo <i>Alicia García Amaya y Rafael Temes Cordovez</i>
Productos turísticos		
Capítulo 43	489	Economía de un destino turístico seguro en tiempos de pandemia: el caso del todo incluido en las Islas Baleares <i>Aleix Calveras Maristany</i>
Capítulo 44	499	Estrategias de marketing turístico destinadas al turista local tras la COVID-19 <i>María Teresa Fernández Alles</i>
Capítulo 45	507	Aprender en la crisis para planificar el turismo de reuniones y eventos <i>Raúl García López y Raquel Huete Nieves</i>
Capítulo 46	523	Estrategia de transformación del turismo rural frente al COVID-19 <i>Raquel Santos Lacueva</i>
Capítulo 47	535	Astroturismo rural: nuevas experiencias en tiempos pos-COVID <i>Carlos Fernández Hernández</i>
Capítulo 48	545	Revalorización del producto turístico a través del turismo de salud <i>Antonio Ángel Moreno González, Carmelo León González y Carlos Fernández Hernández</i>
Capítulo 49	559	El turismo de bienestar y mindful travel en el nuevo escenario pos-COVID-19 <i>Jose Antonio Fraiz Brea, Edgar Tarrés Falcó y Noelia Araújo Vila</i>
Capítulo 50	571	Posibles impactos de la crisis generada por la COVID-19 sobre el Camino de Santiago <i>Xose Manuel Santos</i>
Capítulo 51	581	Experiencias virtuales en turismo cultural en un nuevo escenario pos-COVID-19. El caso de las visitas virtuales de la Torre de Hércules <i>Nuria Morère-Molinero, Laura Fuentes-Moraleda y Erica Ferrerio Rosende</i>
Capítulo 52	597	La oportunidad para los geoparques en la era poscoronavirus. Repensar a partir del caso de Montañas do Courel (Galicia) <i>Miguel Pazos Otón, Lucrezia Lopez y María de los Ángeles Piñeiro Antelo</i>

Parte III. Analizando los efectos y las oportunidades de la crisis de la COVID-19 sobre el turismo de Canarias

Impactos de la crisis de la COVID-19 sobre el turista de Canarias

Capítulo 53	613	Deconstruyendo una crisis turística <i>Moisés Simancas Cruz</i>
Capítulo 54	639	La crisis turística y las singularidades del modelo de Canarias <i>Yurena Rodríguez Rodríguez, Hugo Padrón Ávila y Raúl Hernández Martín</i>
Capítulo 55	653	El turismo en Canarias frente a la COVID-19 <i>Javier Gómez Burzaco</i>

Capítulo 56	661	Estudio del impacto económico de la crisis sanitaria de la COVID-19 en Canarias <i>Juan José Díaz Hernández, Domingo Jesús Lorenzo Díaz y Eugenio Díaz Fariña</i>
Capítulo 57	675	El empleo turístico ante una nueva encrucijada: ¿oportunidad o debacle? <i>Manuel González de la Rosa, Daniel Dorta Afonso y Javier Mendoza Jiménez</i>
Oportunidades del escenario pos-COVID-19		
Capítulo 58	689	Parar para repensar: ¿el fin del turismo como lo conocemos? Puntos fuertes del modelo turístico canario ante el escenario de incertidumbre de la crisis de la COVID-19 <i>Moisés Simancas Cruz</i>
Capítulo 59	709	La resiliencia del sistema turístico: salud, biodiversidad y clima <i>Matías González y Carmelo J. León</i>
Capítulo 60	725	Turismo, COVID-19 y la diversificación inteligente de la economía canaria <i>Raúl Hernández Martín y Noemí Padrón Fumero</i>
Capítulo 61	737	Nuevos análisis de marketing turístico ante los futuros retos: el destino como laboratorio viviente y los análisis biométricos <i>Tatiana David-Negre, Arminda Almeida-Santana, Patricia Picazo-Peral y Sergio Moreno-Gil</i>
Capítulo 62	755	La participación de los millennials en el desarrollo turístico de Canarias: un análisis a partir de la COVID-19 <i>José Alberto Martínez González, Francisco J. García Rodríguez y Desiderio Gutiérrez Taño</i>
Capítulo 63	765	La urgencia de una política propia del transporte aéreo en Canarias <i>José Joaquín Díaz de Aguilar, Juan Carlos Martín, Sebastián Pérez y Tomás Van de Walle</i>
Capítulo 64	781	La adecuación de los espacios públicos de las áreas turísticas de litoral al comportamiento del turista pos-COVID-19 <i>Moisés Simancas Cruz, Carlos Flores Rodríguez, María Pilar Peñarrubia Zaragoza, David Suárez Perera y Margarita Núñez Cano</i>

La crisis sistémica del turismo: una perspectiva global en tiempos de pandemia

Cap.
1

Palabras clave: sistema turístico;
capitalismo; coronavirus; COVID-19

Alejandro Mantecón

Universidad de Alicante

Profesor titular de Sociología en la Universidad de Alicante. Doctor en Sociología y Máster en Estudios Turísticos, sus principales líneas de investigación abordan las relaciones entre las dinámicas turísticas y la movilidad residencial, el análisis de la opinión y de los discursos públicos en torno al turismo o las transformaciones socio-espaciales motivadas por la actividad turística. Sobre estos temas ha publicado unos sesenta trabajos.

Introducción

En el momento de escribir estas líneas (mayo de 2020) todavía no es posible calibrar la auténtica dimensión de los efectos derivados de la propagación de la COVID-19, la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus SARS-CoV-2. No obstante, la industria del turismo, por su necesidad inherente de alimentar flujos de movilidad humana, constató enseguida la gravedad con la que quedaban afectados sus intereses. La crisis sistémica del turismo viene motivada por un bloqueo temporal de las estructuras que permiten el desplazamiento y el alojamiento de los millones de personas que la OMT llama turistas: entre los meses de marzo y mayo de 2020 el 100% de los países aplica algún tipo de restricción a los viajes, el 83% de los destinos en Europa cierra por completo las fronteras al turismo internacional, el 80% en América, el 70% en Asia y el Pacífico, el 62% en Oriente Medio y el 57% en África (OMT, 2020a). En el supuesto de que a partir de julio se confirme la gradual reapertura de las fronteras y se relajen las restricciones para viajar, la OMT estima una caída anual en las llegadas de turistas internacionales en torno al 58% (OMT, 2020b).

La verdad es que no existen situaciones pasadas que puedan tomarse como referencia para construir escenarios. Los cambios que van a sucederse en los próximos meses adelantan la fecha de caducidad de cualquier pronóstico y las previsiones turísticas para 2020 se han modificado varias veces desde el inicio de la crisis sanitaria. Tres cuestiones estrechamente vinculadas parecen centrales: la evolución de la pandemia, la gestión de las restricciones para la movilidad y la disponibilidad financiera de los potenciales turistas. La incertidumbre sobre estos factores es máxima, pues se integran en un entorno mayor que está constituido por subsistemas penetrados entre sí con un grado de complejidad difícil de controlar.

El futuro está abierto y las oportunidades para corregir inercias y reorientar el rumbo de la vida en sociedad se perciben más tangibles. Sin embargo, la historia nos enseña que, pasado un tiempo, suele ser más fácil advertir cómo las etapas de crisis sirven para que las élites refuercen sus posiciones. Un ejemplo reciente y clarificador se aprecia al considerar las repercusiones de largo alcance derivadas de la Gran Recesión de 2007-2008.

Habrà que esperar para comprobar qué secuelas dejan los próximos rebrotes, la dinámica de la opinión pública sobre los riesgos sanitarios, la efectividad de las vacunas o el número de muertes que la sociedad esté dispuesta a asumir sin encarar cambios significativos. De todo ello depende que el año 2020 pase a la historia del siglo XXI como el inicio de una etapa de profunda transformación social, que acabe recordándose como un periodo de crisis acotado (un evento dramático) que requirió ajustes en las lógicas de actuación conocidas o, como tantos desean, que se olvide tan rápido como sea posible. Así pues, en este texto no se realizan ejercicios prospectivos. En su lugar, se propone un marco explicativo desde el que llevar a cabo una aproximación, provisional e imprecisa, a

la comprensión de la crisis del sistema turístico en tiempos de pandemia. En los capítulos que dan forma a este libro se presta atención específica a muchos de los asuntos aquí apenas mencionados. En ese sentido, el único objetivo que se propone es invitar al lector a un diálogo mientras se dibuja una imagen de conjunto, una “big picture”, como dicen los anglosajones, útil para proyectar una mirada global.

Turismo y coronavirus: impactos globales muy desiguales

Cada día es mayor el número de seres humanos que toman conciencia de habitar un planeta en el que sus vidas están influidas por realidades que escapan al control de las instituciones más cercanas. Pero la idea de identificar la globalización de los procesos sociales con la percepción del mundo como una totalidad no había sido interiorizada por tantos millones de individuos hasta la pandemia de la COVID-19. En la era de los medios digitales, no se recuerda que un mismo evento haya alterado la agenda cotidiana de tantas personas, las cuales, a su vez, tienen una conciencia bastante clara de hallarse expuestas a los efectos provocados por una misma circunstancia. Las repercusiones sobre el turismo, en tanto que realidad constitutiva y constituyente del sistema capitalista mundial, se manifiestan de manera muy desigual, atendiendo a:

Las diferentes tipologías turísticas. Estas podrían evolucionar de forma poco equiparable, no solo por las infraestructuras que precisan, sino por los perfiles psico-sociológicos predominantes en cada caso (características socioeconómicas, sociodemográficas y tolerancia de unos consumidores frente a otros a ciertos protocolos y modos de interacción). ¿Cuál será la influencia que ejercerá en el turismo de congresos el impulso que durante las cuarentenas experimentaron las reuniones virtuales? ¿Cómo reaccionarán los turistas aficionados a los cruceros a las medidas que se implementen en un recinto tan peculiar como un barco? Los certificados de seguridad sanitaria y los protocolos que los acompañen también pueden actuar como un recordatorio constante de vivir en un escenario amenazado por riesgos para la salud. Los municipios especializados en una oferta alojativa de viviendas privadas (accesibles en un mercado de alquiler inmobiliario no supeditado a la legislación turística) podrían percibirse como más seguros, pues garantizan con más facilidad la distancia social que el hospedaje en un camping o en un hotel convencional. Por su parte, las empresas turísticas formales (profesionalizadas y operativas en la economía regular) pueden contrarrestar esta aparente debilidad garantizando medidas de higiene y sanitarias no disponibles en otro tipo de alojamientos. Algunos consumidores tomarán decisiones valorando estos asuntos y otros no.

Las diferentes regiones emisoras y receptoras de turistas. Europa es la macro-región turística por excelencia y, para el caso de la enfermedad por coronavirus, la que registra más fallecidos. Si bien, los impactos son dispares, tanto entre países como dentro de cada Estado: poco tiene que ver la situación de Noruega o Portugal con la de España o Italia, y son muy distintas las consecuencias en Cantabria y las Islas Canarias respecto a la experiencia de la Comunidad de Madrid o Cataluña. La pandemia constata que, desde un punto de vista epidemiológico, ser un gran destino turístico aumenta los riesgos de contagio y la propagación de enfermedades víricas, sobre todo para las ciudades que actúan como principales nodos de conectividad en el sistema de relaciones y flujos de movilidad. La dependencia socioeconómica del turismo

es también muy variable entre destinos, igual que lo es su reputación previa, y esto determinará su futuro. Las mismas recetas no se pueden aplicar a contextos diferentes esperando resultados similares. Los retos planteados exigen respuestas en las que, para ser efectivas, deberían involucrarse todos los actores (públicos y privados) que participan en el sistema turístico, compartiendo responsabilidades y fraguando redes de colaboración multinivel (supraestatales, estatales, autonómicas, provinciales y municipales), contando, además, con la implicación de las sociedades receptoras. Si esto no se consigue, se continuarán poniendo parches y postergando las acciones necesarias para reorientar el turismo hacia sendas social y ambientalmente más justas.

La experiencia pretérita y las primeras reacciones envuelven esa posible acción coordinada en un halo de escepticismo. La Unión Europea ha ofrecido un lamentable espectáculo mediático anteponiendo por enésima ocasión los intereses económicos regionales a las medidas conducentes a la cohesión social (De Miguel, 2020; Gil, 2020; Martín del Barrio, 2020). Tras la rápida reacción del Banco Central Europeo, que enseguida lanzó un ambicioso programa de compra de deuda (bonos públicos y privados, y de entidades financieras) destinado a apaciguar a los “mercados”, las macro-estructuras políticas decepcionan y las micro-estructuras municipales se ven desbordadas, resaltándose otra vez las perennes diferencias entre los bloques del norte y el sur del continente.

En medio, las miradas vuelven a fijarse en los Estados, pero estos adoptan un rol ambivalente ante la presión a la que son sometidos por las grandes corporaciones, que les recuerdan con insistencia (y de múltiples formas) que: 1) cualquier modificación relevante de las pautas establecidas pasa por el mantenimiento y fortalecimiento de su poder; y 2) su deber como gobiernos circunscritos a un territorio específico se concreta, ante todo, en la defensa de los intereses de las élites empresariales que operan en ese territorio. La lógica argumentativa es similar entre los sectores económicos más influyentes. Su repercusión pública depende del desigual acceso de los distintos lobbies a los medios de comunicación, y de su mayor o menor necesidad a la hora de utilizarlos (acerca de las ayudas públicas a las compañías aéreas puede consultarse Gil, 2020; sobre los discursos en el sector automovilístico se recomiendan los artículos de Blázquez, 2020 y Pérez, 2020; y, en particular, para el sector turístico español, ver Huete y Mantecón, 2020a y 2020b).

Respecto al complicado interfaz administrativo regional-local, las tensiones son habituales en todos los países de la Unión Europea, y más cuando se intercalan gobiernos de distintas siglas, pero la virulencia con la que se manifiestan en el caso español, plasmada en una cultura de desobediencia promovida desde las propias instituciones y en la utilización de los tribunales de justicia como recurso cotidiano para dirimir las controversias políticas, hace tiempo que ha adquirido un carácter singular.

La crisis del sistema turístico en el marco de una crisis social más amplia

En el Cuadro 1 se sintetizan claves que, en el contexto de crisis de las sociedades del llamado capitalismo social, van a enmarcar la posterior reflexión en torno a la dinámica del turismo. Con la expresión capitalismo social se alude a formas de estructurar la vida colectiva en las que confluyen los principios del libre mercado con la implementación de políticas sociales por el Estado. Con sus variantes, esta organización es la que ha predominado en Europa occidental desde 1945 y, con todos sus problemas, sobre ella se sostiene la democracia española y el proyecto de unificación europea. Estas coordenadas

sirven de eje a la argumentación, aunque sus implicaciones no se circunscriben al entorno europeo ni a los núcleos históricos de producción capitalista.

La COVID-19 ha provocado una crisis humanitaria y, por extensión, una repentina y auto-paralizante crisis económica cuya salida va a prolongarse más de lo que los más optimistas vaticinaron durante las primeras semanas, cuando se popularizó la feliz imagen de una V para explicar la evolución de la economía. La ONU estima que la economía global podría llegar a contraerse un 4,9% en 2020 y otro 0,5% en 2021. Teniendo en cuenta sus características estructurales, la española estará entre las economías más dañadas de Europa. Tras la experiencia del espasmo financiero de 2007-2008, los jóvenes nacidos después de 1990 (en especial los norteamericanos y los europeos) tenían bastante claro que sus expectativas laborales iban a empeorar respecto a las de la generación anterior. Las consecuencias del año 2020 despejarán sus últimas dudas (Cobos, 2020).

En la era de la aceleración social, en la que la estabilidad se busca a través del cambio incesante y la acumulación compulsiva, y en la que un número creciente de individuos sueña con un pasado mejor y teme un futuro peor, la proximidad entre dos crisis tan intensas extiende una atmósfera de desconfianza hacia el orden institucional. En íntima relación, resurge una política que degrada el valor de la educación y la dialéctica, exalta las emociones y emite diagnósticos simplistas e interesados acerca de realidades complejas. El actual contexto tecnológico y publicitario produce la impresión de estar presenciando un auge inusitado de discursos demagógicos. En el mundo de la política-espectáculo, el presidente Donald Trump recomienda a la población protegerse del coronavirus inyectándose desinfectante mientras desmantela leyes de protección medioambiental.

La crisis de legitimidad del orden institucional y la descomposición moral de la sociedad encuentran algunos de sus referentes empíricos más patéticos en reacciones tan aparentemente dispares como las protestas de "los instalados" (en España) (Rodríguez, 2020), del conglomerado de neonazis y conspiranoicos (en Alemania) (Martínez, 2020) o de los pseudo-cowboys (en Estados Unidos) (Mizrahi, 2020). El denominador común de todas estas reacciones es un individualismo egocéntrico, el auge de discursos identitarios excluyentes, la crítica a la autoridad estatal y el cuestionamiento de cualquier proyecto que implique compromisos sociales basados en amplios principios de solidaridad. Como sucede con cualquier movimiento social medianamente coherente, su articulación no es espontánea.

La confluencia de la pandemia con la crisis previa del sistema turístico: aproximación al caso español

Por un lado, el turismo se presenta hoy como una actividad de consumo de ocio propia de las sociedades postmaterialistas. Es decir, de aquellas en las que la seguridad física y económica se supone lograda para la mayor parte de la población y el significado de la "calidad de vida" tiende a asociarse con valores que trascienden los aspectos materiales. Desde este punto de vista, el turismo podría considerarse como un producto superfluo, que cubre necesidades de ostentación prescindibles en un escenario, el de la pandemia, donde la sociedad experimenta una brusca regresión desde las motivaciones postmaterialistas a las materialistas. El caso español es sintomático, como pudo apreciarse con la reacción social inicial, concretada en la demanda exacerbada de papel higiénico (en otras latitudes, esos impulsos vinculados a la seguridad y a la gestión de las preocupaciones más primarias se expresaron, por ejemplo, aumentando el consumo de armas de fuego). Dicha regresión enseguida quedó diluida, y del interés por acaparar papel higiénico se

Elemento	Funciones clásicas	Objetivos deseables	Problemas recurrentes	Alternativas
Sociedad	<p>Reproducir el orden institucional.</p> <p>Abastecer al mercado de productores y consumidores.</p>	<p>Salud.</p> <p>Bienestar material.</p> <p>Libertad.</p> <p>Seguridad.</p>	<p>Pobreza.</p> <p>Crisis humanitarias.</p> <p>Aumento de las desigualdades.</p> <p>Crisis moral y de valores: alienación.</p> <p>Inseguridad y violencia.</p>	<p>Atención a los más vulnerables.</p> <p>Ayuda mutua.</p> <p>Redefinir las pautas de movilidad e interacción.</p>
Mercado	<p>Articular un sistema de intercambios que satisfaga a productores y consumidores.</p> <p>Organizar la división del trabajo.</p> <p>Proveer de recursos al Estado.</p>	<p>Mejorar la calidad de vida de los productores.</p> <p>Satisfacer las necesidades de los consumidores.</p>	<p>Financiarización.</p> <p>Contracción del consumo.</p> <p>Reducción de plusvalías.</p> <p>Cierre de pequeños negocios.</p> <p>Destrucción de empleo.</p> <p>Precariedad laboral.</p> <p>Agresión ambiental (la OMS estima 7 millones de muertes anuales por la contaminación atmosférica).</p>	<p>Cumplir las leyes (combatir la economía informal).</p> <p>Códigos éticos y responsabilidad social corporativa.</p> <p>Prácticas no sustentadas en la destrucción del medio ambiente.</p> <p>Transición ecológica.</p> <p>Investigación.</p>
Estado	<p>Garantizar igualdad de oportunidades y proporcionar recursos vitales a todos los ciudadanos.</p> <p>Regular el mercado para evitar tensiones irresolubles.</p> <p>Gestionar los ingresos fiscales.</p>	<p>Paz social.</p> <p>Evitar la exclusión social de los expulsados por el mercado.</p> <p>Fortalecer la legitimidad de las estructuras democráticas.</p>	<p>Percepción social de una gestión ineficiente.</p> <p>Crisis de legitimación (déficit de lealtad ciudadana).</p> <p>Crisis fiscal.</p> <p>Radicalización y auge de discursos autoritarios.</p> <p>Reacciones identitarias e individualistas.</p>	<p>Transparencia.</p> <p>Combatir la corrupción y la economía informal.</p> <p>Frenar el proyecto neoliberal (ej.: fiscalidad progresiva y combatir los paraísos fiscales).</p> <p>Sanidad y educación públicas de calidad.</p> <p>Green New Deal.</p> <p>Investigación.</p>
Industria cultural y medios de comunicación	<p>Promover el consumo.</p> <p>Educar y entretener.</p> <p>Difundir noticias y opiniones diversas sobre una serie establecida de temas.</p>	<p>Producir información fiable y accesible.</p> <p>Ofrecer explicaciones sustentadas en argumentos racionales.</p> <p>Compatibilizar la contraposición de argumentos con la consecución de consensos.</p>	<p>Manipulación ideológica y producción de desinformación.</p> <p>Propagación de planteamientos antagonistas.</p> <p>Anteponer la exaltación de las emociones a la discusión de argumentos científico-racionales.</p>	<p>Códigos éticos basados en el rigor y la imparcialidad.</p> <p>Entretener desde enfoques constructivos.</p> <p>Informar sin alimentar la fragmentación social.</p> <p>Promover la discusión científica y la formación humanística.</p>

Cuadro 1. Elementos para pensar en un “capitalismo social” en crisis (y alternativas posibles)
Elaboración propia.

pasó al furor por la levadura para hacer bizcocho. Las estructuras de abastecimiento habían mostrado su fortaleza ante el desafío planteado y se reponía el orden de los valores postmaterialistas (igual que se reponían las estanterías de los supermercados). A la espera de confirmar la virulencia con la que se manifiesten futuros rebrotes del virus (y al muy dudoso efecto profiláctico que las temperaturas estivales puedan ejercer en los contagios), la reactivación del sistema turístico mundial depende más del tiempo que precisen los potenciales turistas para recuperar su poder adquisitivo que de una crisis de confianza en las bondades de las prácticas turísticas conocidas. Si bien, como antes se apuntaba, los comportamientos cambiarán en función de los destinos y las tipologías y, por lo tanto, es en ese nivel en el que se concentran los interrogantes.

Por otro lado, es una actividad económica de la que viven millones de familias. El turismo se constituye en el sustento material sobre el que se erigen sociedades con economías muy diversas. Para quienes trabajan en el sector, la crisis sistémica del turismo no es una crisis de los valores postmaterialistas, sino un terremoto que afecta de pleno a las estructuras materiales de su cotidianidad (Mur-Sangría, 2020). En Espana, con un PIB y un tejido empresarial tan ligado al turismo, la fragilidad es máxima: la demanda de experiencias turísticas es muy elástica respecto a las variaciones en la renta de las familias (en periodos de recesión, el consumo de ocio es el que primero y más drásticamente se reduce). Una economía "acordeón", como la espanola, hace peligrosos equilibrios: 1) al ritmo previsible de periodos de crecimiento y contracción estacionalizados por su excesiva dependencia del turismo (con su legión de empleos temporales), y 2) al ritmo más imprevisible de los vaivenes de la economía internacional.

El Foro Económico Mundial (o Foro de Davos) es un espacio privado en el que se dan cita influyentes élites del poder cuyo fin prioritario es extender las condiciones políticas, sociales y económicas que les permiten afirmarse en su posición de privilegio. En sus informes de 2015, 2017 y 2019, reconocen al sector turístico espanol como el más competitivo del mundo, resaltando la red de infraestructuras que lo sostiene, la riqueza cultural existente en Espana, la seguridad que se ofrece a los turistas, el sistema sanitario o el número de hoteles. En definitiva, destacando elementos que no resultan tanto del trabajo realizado estrictamente en el sector, como de los recursos que el conjunto de la sociedad ha sido capaz de crear. En coherencia con sus objetivos, que en esencia coinciden con las directrices de una ideología promotora de la desregulación de los mercados, el libre flujo de capitales y la identificación del éxito social con la imagen del empresario triunfante, en sus informes también advierten a Espana de la conveniencia de relajar las cargas impositivas sobre las empresas, aligerar el marco jurídico en el que estas han de operar y flexibilizar aún más los marcos contractuales y de determinación salarial. Todo ello, por supuesto, va encaminado a terminar de desembridar el correaje con el que después de 1945 se trató de controlar (y salvar) al proyecto capitalista, pues, en ausencia de supervisión externa, había mostrado una danina incapacidad para generar espacios de estabilidad social.

El sector turístico espanol ha articulado durante las últimas seis décadas un "modelo" guiado por el objetivo básico de aumentar el número de visitantes. A este principio se supeditaban el resto de consideraciones (tanto en la dictadura como en la democracia), lo que ha acabado por conferirle unos rasgos estructurales. Entre otros:

- La especialización en un producto turístico predominante de "sol y playa", con un bajo valor añadido y demandado por consumidores de renta media-baja muy sensibles a los precios.

- Un desarrollo empresarial muy atomizado, caracterizado por la formación de empresas familiares con poco margen para resistir a perturbaciones y con un capital humano poco cualificado (como también señala el Foro de Davos).
- La permisión de prácticas especulativas, llevadas a cabo por empresarios inmobiliarios que a menudo han esgrimido la promoción del desarrollo turístico como una excusa para beneficiar los intereses de la industria de la construcción.
- La proyección de una imagen turística internacional estereotipada como centro de “turismo de masas”.
- La excesiva dependencia de los turoperadores extranjeros.
- El padecimiento de problemas derivados de la excesiva estacionalidad centrada en los meses de verano.
- La degradación medioambiental de muchos enclaves turísticos ligada a la sobreexplotación de recursos naturales escasos, la destrucción de paisajes y la ocupación de grandes cantidades de suelo por la intensa actividad urbanística.
- La progresiva transformación de tradiciones en patrimonio cultural y, a través de su posterior espectacularización mediática, en productos dirigidos al consumo turístico masivo.

La interacción de todos estos elementos ha favorecido la aparición de tensiones que no son un mero reflejo anecdótico de la prosperidad económica. Más bien, propagan una atmósfera de dudas que pone en tela de juicio su viabilidad futura. La crisis motivada por el coronavirus plantea retos y, también, discusiones en torno al tipo de respuestas que merecen ser tomadas en cuenta. Sin embargo, la apuesta vehemente por ciertas dinámicas y la reticencia a acometer cambios profundos tanto en la configuración de los productos turísticos como en los hábitos de consumo desemboca ahora en un escenario con inercias muy consolidadas y unos márgenes de maniobra limitados (sobre todo en algunos casos). Los Cuadros 2 y 3 resumen estas cuestiones.

En medio de la retórica que reitera la conveniencia de interpretar el momento presente como una oportunidad para repensarlo todo, no es descartable que aquellos espacios que encajan más fácilmente con los rasgos estructurales del turismo de masas hegemónico en España fueran los que recuperasen más rápidamente la confianza de sus clientes habituales, teniendo en cuenta su probada fidelidad y tolerancia a productos uniformizados por la promoción casi exclusiva del sol, la playa y una oferta complementaria poco diversificada sostenida en precios bajos (mantenidos gracias a planes que giran alrededor del principio del mayor ahorro posible en costes laborales). Bien es cierto que esos destinos también corren el riesgo de estar especializados en algunos de los segmentos que van a padecer más directamente los impactos de la crisis económica. Habrá que esperar para comprobar la incidencia de las medidas que acaben requiriéndose para garantizar la seguridad en cada escenario. De la misma forma, en poco tiempo se comprobará la influencia de las millonarias inversiones que van a realizarse para convencer al mayor número de personas de que deben recuperarse las inercias turísticas existentes antes del comienzo de la crisis (desplazando a un futuro difuso la acometida de acciones transformadoras).

Campos amenazados	Problemas del sistema turístico previos a la COVID-19	Influencia de la pandemia en el sistema social, la naturaleza y el sector turístico
<p>Ciudad</p>	<p>Congestión alrededor de los polos de atracción. Aumento de comportamientos incívicos. Degradación del mobiliario urbano. Contaminación acústica. Homogeneización de los rasgos característicos. Ocupación del espacio público (aceras, plazas, parques) por negocios privados. Integración de viviendas en una economía informal (alojamiento turístico ilegal amplificado por plataformas P2P). Pérdida de calidad de vida para residentes en las zonas de mayor tránsito de turistas. Aceleración de la gentrificación. Expresiones públicas de crítica y rechazo a determinadas prácticas turísticas.</p>	<p>Congelación temporal de los problemas derivados del turismo. Aumento de las desigualdades: entre barrios (zonas verdes, equipamientos, viviendas) y, específicamente, en las zonas que concentran más población vulnerable (obligada a correr riesgos al no disponer de recursos económicos, con problemas de movilidad y de acceso a tecnologías, envejecida, con afecciones respiratorias, etc.). El aislamiento y el teletrabajo tienen su contrapunto en la demanda de "terceros espacios" (donde compartir ocio, trabajo y cultura).</p>
<p>Trabajo</p>	<p>Precariedad (incertidumbre, intensificación de tareas y, finalmente, problemas de salud). Alto grado de trabajo informal. Elevada externalización de servicios esenciales. Pérdida de relevancia de la acción sindical y atribución de responsabilidades a cada individuo. Desigualdades por razón de género. Subordinación de los productores locales a la economía turística (nuevas formas de control).</p>	<p>Paralización de la actividad económica y, sobre todo, de la turística. Destrucción de empleo: lo que implica pérdida de poder adquisitivo y procesos de empobrecimiento. Aumento de las desigualdades, en particular de las relacionadas con el agrandamiento de la brecha entre personas y empleos "digitales" y "analógicos".</p>
<p>Estado y Adm. pública</p>	<p>Consumo irresponsable de recursos públicos. Fraude fiscal derivado de la extensión de la oferta de alojamiento informal. Integración del negocio turístico en la economía financiera transnacional. Presiones de los lobbies turísticos locales e internacionales orientadas a la instauración de un orden social neoliberal. Corrupción en municipios con economías sustentadas en el nexo turismo-urbanismo.</p>	<p>Incremento del gasto público para atenuar los impactos socioeconómicos. Crisis fiscal. Auge de discursos chovinistas, individualistas y antiestatistas. Negociación con la Comisión Europea de un plan de ayuda al sector turístico. Exposición a un aumento de la presión de los lobbies turísticos: exigen dinero público y exoneraciones fiscales.</p>
<p>Naturaleza</p>	<p>Polución a gran escala (producción masiva de plásticos, consumo irresponsable de energía, generación de basuras y vertidos y, especialmente, emisiones de CO2). Destrucción de ecosistemas y sobreexplotación de recursos escasos. Impactos ambientales derivados de la utilización del desarrollo turístico como pretexto para la expansión del negocio inmobiliario: crecimiento urbano extensivo, desordenado y especulativo. Destrucción de paisajes (reduciendo el valor de los atractores de un turismo de calidad).</p>	<p>Disminuye la quema de combustibles fósiles: mejora la calidad del aire en las ciudades (caída del NO2). Saneamiento de la capa de ozono. Disminuyen las aguas residuales (sobre todo en las áreas turísticas). Se mantienen los "contaminantes emergentes" del consumo en hogares. Aumenta el consumo de plásticos (usos sanitarios y domésticos). EEUU aprovecha para dismantelar leyes de protección medioambiental.</p>

Cuadro 2. Tensiones. Elaboración propia.

Campos amenazados	Propuestas para el turismo
Ciudad	<p>Prácticas que generen valor añadido, conservando la identidad cultural de las ciudades.</p> <p>Prácticas que favorezcan la interacción entre turistas y residentes, en un marco de respeto mutuo.</p> <p>Reducción de la saturación aplicando tecnología a la gestión de los flujos turísticos (ciudades turísticas inteligentes).</p> <p>Endurecimiento de las sanciones a los promotores de alojamiento turístico ilegal.</p> <p>Planes para la regeneración urbana de los espacios turísticos (vigilancia relativa a la aplicación de las leyes, campañas educativas, de sensibilización o programas para la formación de empleados). Ello exige la implicación comunitaria de, al menos, las autoridades locales, la industria hostelera, el tejido asociativo local y la policía.</p>
Trabajo	<p>Planes de igualdad y conciliación.</p> <p>Condiciones laborales dignas, garantizando en primer lugar la salud de los trabajadores.</p> <p>Generalización de la negociación colectiva como marco regulador de las relaciones laborales en el sector.</p>
Estado y Adm. pública	<p>Ayudas económicas y fiscales restringidas a empresas turísticas que demuestren un compromiso estricto con prácticas de justicia social y ambiental.</p> <p>Aumento de las dotaciones para inspecciones laborales.</p> <p>Creación de instituciones y proyectos turísticos de colaboración público-privada.</p> <p>Planes turísticos basados en la participación ciudadana: creación de órganos representativos del sector y de la sociedad local, para la consulta y toma de decisiones.</p> <p>Ordenación de la actividad turística con el fin de reducir las conductas más lesivas para los residentes.</p> <p>Regulación y restricción del uso de viviendas residenciales para el alquiler turístico.</p> <p>Planificación del decrecimiento de las prácticas turísticas masivas.</p> <p>Apoyo a tipologías turísticas alternativas a los modelos masivos tradicionales.</p>
Naturaleza	<p>Fomento de sistemas turísticos basados en el abastecimiento y consumo de productos de proximidad.</p> <p>Denuncia de prácticas turísticas que impliquen una relación violenta con la naturaleza.</p> <p>Radical disminución del uso de plásticos.</p> <p>Radical disminución de la emisión de CO2 en los medios de transporte que posibilitan los desplazamientos turísticos.</p> <p>Desarrollo de planes de gestión de residuos para las empresas del sector.</p> <p>Implicación de todos los actores del sistema turístico en la protección de los recursos naturales y la conservación de la biodiversidad.</p>

Cuadro 3. Alternativas posibles para el turismo en un contexto pos-COVID-19. Elaboración propia.

Para que las propuestas apuntadas en el Cuadro 3 tuvieran la oportunidad de articularse como alternativas reales de desarrollo turístico (en sintonía con los principios del manifiesto promovido por Fajardo et al., 2020), se tendrían que asumir profundos cambios sociales. Sin un pacto que implique a un amplio espectro de actores locales e internacionales, el capitalismo social persistirá en las dinámicas que buscan eliminar de la expresión el adjetivo “social”. Las acciones que se impulsen desde el turismo pueden ayudar a conseguir una sociedad mejor, pero el camino será muy tortuoso si no se crean al mismo tiempo espacios político-económicos que permitan desarrollar las cuestiones básicas tipificadas como “alternativas” en el Cuadro 1.

Reflexión final

Cuando la definición de la situación se convierte en un asunto más vinculado al poder que a la ciencia se agranda la grieta entre el mundo de “lo que es” y el de “lo que debería ser”: los argumentos racionales se retuercen y se sustituyen por la exaltación de las emociones; los medios de comunicación hacen su negocio en entornos en los que la opinión no se estudia, se fabrica; se revela la desigual influencia que tienen unos y otros para imponer sus intereses; y, en definitiva, se intensifican los acuerdos en espacios opacos.

La actual crisis ha generado una ola de esperanza entre los sectores críticos con la industria turística. Este hecho provoca dos efectos: 1) la proliferación de espacios, foros y propuestas en los que se intenta dar forma a estrategias de desarrollo turístico coherentes con principios de justicia social y ambiental alternativos a las prácticas más perniciosas; y 2) una muy intensa reacción conservadora de todos aquellos que se ven beneficiados con el statu quo anterior al colapso del sistema. El choque entre estas posiciones abre un campo de posibilidades cuya materialización puede dar lugar a muy diversas intervenciones (Hall et al., 2020).

Las actitudes recurrentes se ordenan en cinco tipos con fronteras borrosas: 1) legitimadores que anhelan retomar las pautas de actuación consolidadas, incluida una relación con la naturaleza de carácter instrumental; 2) innovadores que siguen confiando en las bondades del turismo como generador de beneficios pero que, igualmente, admiten la necesidad de corregir ciertas dinámicas; 3) resignados que, a pesar de no identificarse con las inercias dominantes, tampoco imaginan alternativas convincentes; 4) críticos que se limitan a denunciar las funciones agresivas y explotadoras del turismo; y 5) utópicos altermundistas que creen que otro mundo es posible y proponen transformaciones profundas en los objetivos que orientan el sistema turístico y en los medios de los que este se sirve para conseguirlos (Mantecón y Velasco, 2020).

La crisis sanitaria causada por la COVID-19 ha colocado al turismo ante un espejo de aumento en el que se resaltan los defectos que lleva tiempo tratando de ocultar. Veremos si las urgencias económicas dejan espacio para abordar los desafíos pendientes o si, por el contrario, la pandemia se utiliza como excusa para persistir en las inercias cortoplacistas.

Bibliografía

- Blázquez, P. (13 de mayo de 2020). La automoción reivindica el vehículo privado como elemento protector frente a la Covid-19. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/economia/20200513/481129353373/anfac-automocion.html>
- Cobos, A. (13 de mayo de 2020). Somos la generación de la doble crisis y no sabemos cómo salir de esta. *Código nuevo*. Recuperado de <https://www.codigonuevo.com/reportajes/generacion-doble-crisis-salir>
- De Miguel, B. (11 de mayo de 2020). El plan anticrisis de la UE choca con el bloqueo de Alemania. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2020-05-10/el-plan-anticrisis-de-la-ue-choca-con-el-bloqueo-de-alemania.html>
- Fajardo, A., Gutiérrez, D., Gutiérrez, J., Tejera, J., Huete, R., y García, R. (2020). *Manifiesto #TurismoRESET. Por un nuevo turismo comprometido con la sostenibilidad*. España: #TurismoRESET. Recuperado de <https://www.turismoreset.org/wp-content/uploads/2020/05/TURISMORESET-v08-baja.pdf>
- Gil, A. (4 de mayo de 2020). Las ayudas públicas a empresas por la crisis del coronavirus abren la brecha en la UE entre los países ricos y el sur. *eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/economia/ayudas-publicas-empresas-coronavirus-UE_0_1023647927.html
- Hall, C.M., Scott, D., y Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1-22. doi: 10.1080/14616688.2020.1759131
- Huete, R., y Mantecón, A. (12 de mayo de 2020a). Las presiones del 'lobby' turístico en un año en que España volverá a las cifras de 1978. *The Conversation*. Recuperado de <https://theconversation.com/las-presiones-del-lobby-turistico-en-un-ano-en-que-espana-volvera-a-las-cifras-de-1978-138285>
- Huete, R., y Mantecón, A. (2020b). La reacción del empresariado turístico español ante la crisis de la COVID-19. Ayana. *Revista de Investigación en Turismo*, 1 (en prensa).
- Mantecón, A., y Velasco, M. (2020). Beyond Tourismphobia: Conceptualizing a New Framework to Analyze Attitudes towards Tourism. En C. Ribeiro, A. Quintano, M. Simancas, R. Huete y Z. Breda (Eds.), *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism* (pp. 60-74). Hershey, USA: IGI Global.
- Martín del Barrio, J. (27 de marzo de 2020). Portugal arremete contra la 'repugnante' respuesta de los Países Bajos a la crisis sanitaria. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2020-03-27/repugnante-la-critica-portuguesa-contra-el-gobierno-holandes-por-su-respuesta-a-la-crisis-del-coronavirus.html>
- Martínez, A. (4 de mayo de 2020). Conspiranoicos, anticapitalistas y neonazis. *El Confidencial*. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/mundo/2020-05-04/conspiranoicos-alianza-covid-alemania-coronavirus_2577192/
- Mizrahi, D. (11 de abril de 2020). Rancheros, sheriffs y políticos lideran una rebelión contra la cuarentena en el lejano oeste. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/eeuu/2020/04/11/rancheros-sheriffs-y-politicos-lideran-una-rebelion-contra-la-cuarentena-en-el-lejano-oeste/>
- Mur-Sangrá, M. (2020). Situación del empleo después de la crisis. En F.J. Bauza-Martorell y F.J. Melgosa-Arcos (Dir.), *El turismo después de la pandemia global* (pp. 2-10). Madrid: AECIT.
- OMT (2020a). *El turismo mundial sigue paralizado mientras el 100% de los países imponen restricciones a los viajes*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-turismo-mundial-sigue-paralizado-mientras-el-100-de-los-paises-imponen-restricciones-a-los-viajes>
- OMT (2020b). *Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>
- Pérez, G. (14 de abril de 2020). El mercado del automóvil va a caer un 60% y necesita un Plan Renove como el vasco. *Noticias de Gipuzkoa*. Recuperado de <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/economia/2020/04/14/mercado-automovil-caer-60-necesita/1024555.html>
- Rodríguez, E. (8 de mayo de 2020). Sociología (breve) del estado de alarma. *CTXT*. Recuperado de <https://ctxt.es/es/20200501/Firmas/32179/Emmanuel-Rodriguez-coronavirus-sociologia-estado-alarma-clase-media.htm>