

LA AGENDA DE INVESTIGACIÓN PARA EL TURISMO EN LA ETAPA POST-COVID. RESPUESTA A UNA CRISIS SIN PRECEDENTES

Elaborado por

Enrique Navarro Jurado y Antonio Guevara Plaza. Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga (i3t-UMA)

Salvador Anton Clavé. Departamento de Innovación Turística del centro tecnológico Eurecat y Universidad Rovira i Virgili y Antonio Paolo Russo, Universidad Rovira i Virgili

Josep Ivars Baidal, Fernando Vera Rebollo y Marc Fuster Huguet. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante (IUTT)

José Antonio López Sánchez. Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible. Universidad de Cádiz (INDESS)

Miguel Pazos Otón, Lucrezia López y Angles Piñeiro. Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas. Universidad de Santiago de Compostela (CETUR)

Carmelo J. León González. Instituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible. Universidad de Las Palmas de Gran Canarias (TIDES)

Lluís Prats Planaguma. Institut de Recerca en Turisme. Universidad de Girona (INSETUR)

9 junio de 2020

Índice

1.- CONTEXTO DE LA CRISIS

2.- ANÁLISIS DE SITUACIÒN DE ESPAÑA

3.- PROPUESTAS ANTE LA CRISIS

3.1. Medidas sectoriales en las empresas turísticas

3.2. Medidas de la Administración Central

3.3. Medidas de las Administraciones Autonómicas

3.4. Medidas de las Administraciones Locales

4.- AGENDA DE INVESTIGACIÓN

El presente informe expresa las opiniones de un grupo de investigadores pertenecientes a distintos centros de investigación de España, dedicados al turismo como ámbito de conocimiento científico-social. De este modo, el documento es un ensayo que analiza el incierto futuro del sector, aportando, desde la reflexión y confrontación de ideas, posibles líneas de actuación e investigación, considerando que España, además de ser uno de los destinos turísticos líderes, genera un conocimiento científico en turismo reconocido a nivel mundial.

La crisis sanitaria derivada de la COVID-19 alcanza unas cotas de extensión global sin precedentes y genera unos desafíos múltiples al interactuar variables hasta ahora nunca analizadas de manera conjunta para el sector turístico (sanidad-economía, sanidad-seguridad, sanidad-transporte, sanidad-mercados, sanidad-centros logísticos, sanidad-medioambiente, etc.). Por otro lado, somos conscientes de que las circunstancias cambian rápidamente y, por tanto, cambiarán las respuestas públicas, sectoriales y sociales a esta crisis. Por ello, este informe se basa en las circunstancias y en evidencias volátiles que están sucediendo en España desde el 14 de marzo 2020 y que, a la fecha de finalización de este informe, aún no han concluido. Es decir, la crisis sanitaria es un proceso dinámico, abierto y difícil de evaluar en el contexto actual.

Hoy el turismo mundial está congelado y muchos estudios (OMT, WTTC, NECSTOUR, AIAEST...) anuncian un fuerte retroceso en los próximos meses y, posiblemente en años, entre otras razones porque no sabemos hasta qué punto la sociedad y consecuentemente los turistas, van a modificar los hábitos de comportamiento, las formas de consumo y nuestra manera de relacionarnos. Así mismo, esta crisis obliga a los empresarios, trabajadores, gestores y turistas a replantearse el funcionamiento, la gestión, las estructuras empresariales y las propias relaciones del sector turístico. De hecho, es posible que estemos viviendo un periodo de transición donde la tecnología adquiera más peso y donde se podría apostar por un cambio en el modelo productivo con fuertes derivadas sociales y ambientales.

Este informe consta de cuatro partes, el primero versa sobre el contexto geopolítico de la crisis, nada ajeno al turismo al influir en flujos mundiales y el nivel de interconexión económico jamás visto en la historia de la humanidad. A continuación, se analiza el impacto en España y las variables de las que dependerían sus efectos futuros en el turismo. En tercer lugar, se presentan una serie de propuestas generales sobre la movilidad y la hostelería y se enumeran las medidas sectoriales y transversales que se han anunciado los distintos gobiernos, el central, autonómico y local. Se concluye con una agenda de investigación, con los temas a incorporar para dar respuesta a las necesidades de destinos, empresas y colectivos sociales, el objetivo de este informe.

1.- CONTEXTO DE LA CRISIS

El año 2020 se inicia con buenas expectativas, entre otras causas por los buenos resultados de 2019 que auguraban para algunos que la crisis de 2008 había quedado atrás. La industria turística contribuye con el 10,4% del PIB mundial con 319 millones de puestos de trabajos. En 2019 se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo según el informe de la OMT para el 2019. Eso supone un incremento del 4% en la actividad turística, en relación

a 2018. En este contexto China y EEUU se debaten por controlar y erigirse en líderes mundiales con una globalización y unas políticas liberales que permitían el tránsito libre de mercancías, capitales y pasajeros; pero en cuestión de días, se ha pasado de manera traumática a políticas conservadoras e intervencionistas, llegando a cerrar fronteras. En muy poco tiempo la economía global se encuentra en una situación de recesión y posiblemente dentro de pocos meses, si no se adoptan las medidas necesarias, en un colapso sin precedentes.

Esta crisis evidencia un cambio de liderazgo, cuyo centro a nivel mundial pasa de América a Asia-Pacífico. China ha estado creciendo a tasas cercanas a un 10% y otros países como India, Corea del Sur, Australia, Taiwán y Singapur, etc. han seguido la misma tendencia, con menor intensidad. Consecuentemente, tanto la Unión Europea como América Latina, basculaban sus intereses económicos hacia Asia y la geopolítica mundial ha ido cambiando. De hecho, esto se evidencia en todos los aspectos relacionados con la geopolítica, la globalización económica (deslocalización) y los avances tecnológicos. En esta crisis sanitaria los países de la UE van a la zaga de las medidas sanitarias que se están tomando en los países asiáticos. Las primeras medidas que han tomado los diferentes estados han sido similares a las de China o Corea del Sur, el cierre de espacios públicos, el uso de mascarillas, intensas campañas de sensibilización en medios de comunicación y se abrirán las puertas al control de la de la inteligencia de datos (*big data*).

La disputa entre China y los Estados Unidos por dicha hegemonía mundial se presenta ahora al conocer la eficacia de las medidas de sus respectivos gobiernos para frenar el contagio y, entretanto, se genera una crisis mundial, las bolsas de todos los países bajan, mientras que el precio del petróleo cae en picado porque no hay consumo, hay un parón de la economía en seco. Asistimos a una ruptura puntual de la compresión espacio-temporal del planeta. Esta situación está cambiando la realidad de la mayoría de los países del mundo occidental y de las sociedades desarrolladas en general, pero no es nueva. El antecedente más significativo fue la gripe española de 1918. Aunque sus efectos económicos no son comparables, entre otras cuestiones debido a que el nivel de globalización de aquella época no tiene nada que ver con el de la nuestra. Aquella crisis sanitaria también produjo un cambio significativo en la economía mundial; la pérdida de la hegemonía económica del Reino Unido en detrimento de EEUU. No tan extraño que una pandemia genere un cambio de ciclo.

No hay duda de que la industria del turismo es una de las industrias más vulnerables a las crisis, dado que las actividades turísticas están interrelacionadas y que presentan una gran dependencia del transporte, los tipos de cambio, el clima, las estructuras políticas y sociales tanto en el destino como en el origen, etc. La aparición de la fiebre aftosa del Reino Unido en el 2000, el brote de SARS de 2003 son los referentes más inmediatos.

En este contexto, la crisis actual afecta a las bases del sistema turístico al incidir directamente en el movimiento de personas y su aglomeración en los espacios más utilizados por los turistas (restaurantes, playas, museos, centros históricos...). Sin una vacuna, no sabemos cuándo cambiarán estas circunstancias, pero sí conocemos las dos variables que influirían para la recuperación de las actividades turísticas: la aversión al riesgo de la sociedad (distanciamiento físico en las playas, hoteles limpios del virus, pasaporte sanitario donde se certifique en destino que se está libre de cualquier enfermedad contagiosa, seguros médicos con las prestaciones necesarias para combatir

al virus y una repatriación rápida si estuviera en el extranjero...); y la renta disponible o la capacidad de compra, dada la crisis económica y el desempleo que se prevé alto.

Los viajes internacionales plantean un gran desafío político debido a la creciente fragmentación del poder a nivel mundial. Ahora hay más unidades políticas y más estrechamente conectadas entre sí que nunca.

Los flujos turísticos se han parado, ya el 6 de marzo la OMT estimaba una disminución de 1-3% de llegadas de turistas internacionales, en relación al crecimiento previsto del 3-4% en enero de 2020 y un impacto económico de entre 30.000 y 50.000 millones de dólares de pérdida en el gasto de los visitantes internacionales¹. Días más tarde el WTTC calcula que se producirán unas pérdidas de 75 millones de empleos en el sector en todo el mundo. Esto supone una merma devastadora en el PIB en viajes y turismo para la economía mundial de hasta 2,1 billones de dólares solo en 2020². El 7 de mayo la misma OMT aumentó la inquietud al declarar un declive anual en 2020 de entre el 60% y el 80% respecto al 2019³. Por otro lado, habría que sumarle las pérdidas que supone en la hostelería que disminuiría para el 2020 en torno a un 40% y de otras actividades asociadas (transportes, restauración, alquileres de viviendas turísticas, agencia de viajes ...)⁴

En definitiva, el turismo ha padecido innumerables crisis, terrorismo, periodos de inestabilidad política, recesiones económicas, desastres naturales y epidemias; pero hoy estamos en un escenario sin precedentes; aunque situaciones similares ya se estudiaban en la literatura científica.

2.- ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE ESPAÑA

El turismo siempre ha sido un sector extremadamente sensible a los shocks sean sanitarios o geopolíticos. Los turistas demandan un alto grado de estabilidad en los aspectos del destino que confieren seguridad a la visita y al disfrute de la experiencia turística. La pandemia de la COVID-19, ha terminado afectando al turismo de forma predominante en el conjunto de la economía, no solo porque el riesgo de enfermedad afecta a los turistas al visitar el destino, sino, sobre todo, porque los gobiernos de todo el mundo se han visto obligados a adoptar políticas de confinamiento de la población que han supuesto el cierre de las actividades económicas del turismo: transporte, hostelería, restauración y actividades complementarias.

El desplome de una actividad que representa el 13% del PIB y el 14% del empleo en España, está teniendo consecuencias dramáticas en el empleo del sector y en la viabilidad de las empresas turísticas. Los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) han proliferado y las empresas han entrado en una situación de apagón generalizado, sin recibir ningún tipo de ingresos por la ausencia de turistas, y debiendo aún costear algunos factores productivos que suponen una carga en la cuenta de resultados, al menos durante la etapa del estado de alarma o confinamiento. En esta situación, las empresas han entrado en una situación de pérdidas durante el periodo de

¹ <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-la-omt-pide-que-el-turismo-se-incluya-en-los-planes-de-recuperacion>

² <http://www.nexotur.com/noticia/106750/NEXOTUR/Segun-WTTC-peligran-50-millones-de-empleos-del-Sector-Turistico.html>

³ <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>

⁴ <https://www.hosteltur.com/136246-los-ingresos-en-el-sector-de-hosteleria-podria-caer-un-40-en-2020.html>

inactividad que, de continuar durante mucho tiempo, puede arrastrarse hasta el resultado del balance anual, poniendo en peligro la supervivencia de algunas organizaciones.

Las expectativas negativas para las organizaciones empresariales se agravan aún más si se tiene en cuenta que la vuelta a una situación de normalidad no puede tener una fecha clara, desde el punto de vista del control de la epidemia, tanto a nivel nacional como internacional y, por otro lado, que esta vuelta a la normalidad será progresiva y supondrá periodos de actividad limitada en cuanto a la ocupación de la capacidad productiva, con condicionantes que elevarán los costes productivos. Además, para una vuelta a la situación pre-crisis, se requeriría que todos los países con los que se tenían flujos turísticos hayan superado por completo la pandemia y permitan a la ciudadanía viajar con total libertad y sin restricciones. Esta condición de reciprocidad, extendida a un contexto planetario y considerando la expansión de la pandemia por los cinco continentes, con los riesgos que ello implica para los rebrotes de la infección, hace aún más incierta la definición de un horizonte en el que el turismo pueda volver, con total garantía, a una situación de normalidad pre-crisis.

Las previsiones aportadas por el Gobierno de España a finales de abril de 2020, apuntan a una caída del PIB español de casi el 10% en el 2020 seguida de una recuperación en forma de raíz cuadrada en el año 2021, cuando el crecimiento será de casi el 7%⁵. El desempleo se disparará en el año 2020 hasta el 19% y bajará en el año 2021 hasta el 17%, acercándose al nivel previo a la crisis del 14%⁶. Pero aparte de estas predicciones medias para la economía española, lo que resulta evidente es que el impacto tendrá una variación desigual en las distintas Comunidades Autónomas españolas, en función de su mayor o menor dependencia de las actividades turísticas y del sector servicios, estimándose que las más afectadas pueden ser Canarias, Baleares, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

Por tanto, ante estas consideraciones preliminares, las variables de las que dependerían los impactos en el turismo de la crisis provocada por la COVID-19, podrían sintetizarse en las siguientes:

1. *La gestión de la crisis sanitaria en los destinos*

La gestión de la prevención requiere de la implementación de técnicas de control epidemiológico. Esta gestión puede ser más o menos exitosa dependiendo de la preparación de la sociedad y de las costumbres y culturas de las poblaciones afectadas. Lo que la gestión actual hasta el momento ha demostrado a nivel global ha sido una gran diferencia de resultados en los impactos entre los países del sudeste asiático, que sufrieron las experiencias del impacto del SARS, y los países occidentales, que no estaban preparados para afrontar una amenaza de estas características. Así pues, en el contexto español, la gravedad de la pandemia está variando sustancialmente, con una polarización de la crisis más intensa en Madrid y Barcelona y una menor incidencia en regiones como Canarias, Baleares, Murcia o Andalucía

2. *La gestión de la crisis sanitaria en los mercados de origen*

⁵ <https://www.lavanguardia.com/politica/20200501/48881019374/gobierno-preve-que-el-pib-caiga-un-92-y-el-deficit-supere-el-10-en-2020.html>

⁶ <https://www.rtve.es/noticias/20200501/gobierno-estima-economia-espanola-sufrira-caida-del-92-este-ano-pero-se-recuperara-68-2021/2013149.shtml>

El turismo es una relación multilateral y de dependencia entre los destinos (España y sus regiones) y sus mercados de origen, por lo que de nada sirve tener una gestión óptima de la amenaza sanitaria en los destinos, si los mercados de origen no ofrecen condiciones similares, pues quien se desplaza tiene que estar exento de infección para no contagiar el destino. Los países que mejor están conteniendo la pandemia son Alemania, Austria, Suiza y los países escandinavos, los cuales presumiblemente serán los primeros en tener un control efectivo y, por tanto, darán vía libre a la ciudadanía para viajar a los destinos que también ofrezcan las mismas condiciones en el exterior. Por ello, resulta esencial mantener una relación intensa de cooperación con estos mercados de origen, para animar al mercado y para dar tranquilidad sanitaria a los agentes que intervienen en el proceso turístico. No obstante, hay incertidumbres a las que estar atentos, algunos países europeos como Austria proponen un corredor solo con las regiones mediterráneas de los Balcanes, aislando a España e Italia; esta situación temporal podría causar impactos duraderos a medio plazo⁷. Este mismo esquema se aplica al turismo interior, es decir, cuando el mercado de origen es el País Vasco y el destino Galicia.

3. *Los posibles rebrotes de la pandemia*

El virus que ha provocado la pandemia es nuevo y desconocido para la humanidad. Por ello, algunos escenarios auguran que el virus no pueda ser controlado y que rebrote de forma estacional, con lo que habría que volver a las medidas de confinamiento, con consecuencias indeseables de vuelta atrás en el avance de la actividad socioeconómica. De hecho, la evidencia reciente está en Singapur, Corea del Sur, China o Suecia.

4. *Las políticas públicas de estímulo fiscal y laboral, tanto en destino como en origen*

Las medidas de confinamiento y aislamiento social que han causado la parálisis de la actividad económica del turismo han supuesto que las empresas no reciban ingresos. Todos los países se han apresurado a adoptar medidas de apoyo fiscal y laboral, en mayor o menor intensidad, para paliar la situación financiera de las empresas, a través de avales crediticios para liquidez, ayudas a la suspensión temporal del empleo (ERTE), exoneración de cuotas de la seguridad social y moratorias de determinados impuestos. La intensidad de estas medidas paliativas, así como su despliegue, flexibilidad, profundidad y extensión temporal, pueden suponer una diferencia muy importante en la capacidad de las empresas para recuperarse paulatinamente del periodo de inactividad. Estas medidas supondrán necesariamente un aumento temporal del déficit público -en España se estima que podría llegar a ser del 140% del PIB-, el cual necesita una financiación a través de políticas de apoyo y flexibilización del Banco Central Europeo y de la Comisión Europea.

5. *Las medidas de gestión de los procesos productivos en la transición a la situación pre-crisis*

La apertura de la economía va a ser paulatina, y no se va a lograr una situación igual a la anterior a la crisis hasta disponer de una vacuna -transcurrido al menos 12 o 18 meses, en la predicción más optimista. Durante este periodo transitorio van a ser necesarias medidas de distanciamiento físico que limitarán el volumen de producción de las empresas: es decir, las empresas, tendrán que hacerlo por debajo de su capacidad productiva, en niveles estimados entre un 30% y un 50%. Estas medidas de reducción de la actividad tendrán además otros

⁷ <https://smartdest.eu/tourism-bubbles-towards-new-exclusionary-practices/>

costes de gestión para garantizar la sanitación y el aislamiento, que incluye la compra de materiales y equipos que antes no había necesidad de adquirir. También es posible que, debido a los riesgos involucrados y a los cambios en las preferencias sociales, algunas de las medidas sanitarias vengan para quedarse definitivamente en el sector, lo que obligará a las empresas a innovar y adaptarse a los nuevos parámetros de gestión.

6. *La duración de los periodos de inactividad y de actividad limitada*

En el desconfinamiento, la actividad estará condicionada por la evolución del contagio entre la población. Por ello, cuanto más duren estas fases de restricción de la actividad, mayor será el impacto en la economía turística. La duración de estas fases se puede acortar a través de una gestión de la pandemia ágil e inteligente, apoyada, además de las eficaces medidas sanitarias, en el uso de tecnologías de la información y de la comunicación.

7. *La reacción de la demanda en los mercados de origen*

La pandemia puede haber cambiado la percepción de los destinos turísticos desde los mercados de origen, haber incitado el miedo a viajar y extremado la precaución a los destinos que han sufrido importantes consecuencias, como España. Por ello, las condiciones que esta va a imponer a la gestión de los destinos, va a ser fundamental para que el sector turístico vuelva a recuperarse. Lo que si parece evidente es que hay una predisposición de algunos mercados a seguir viajando, es el caso de los británicos, que empiezan a buscar vuelos para España en octubre, con una tendencia creciendo en los meses sucesivos hasta llegar a un pico en enero de 2021.

8. *La composición de los productos y segmentos de la oferta en destino*

Los destinos turísticos no son homogéneos en cuanto a los productos y experiencias ofrecidas a los potenciales turistas. Parece plausible y hay muchas indicaciones en este sentido que la pandemia de la COVID-19 vaya a afectar de forma más intensa a los destinos cuyos productos están más enfocados a un consumo de masas y con poco distanciamiento físico, como son el turismo sol y playa o el urbano. Los segmentos que favorezcan el distanciamiento, como el turismo de naturaleza, el turismo rural, o el de vivienda vacacional, pueden verse en una mejor posición para afrontar las fases transitorias de actividad limitada.

9. *Las medidas de transición y adaptación en destino*

Los destinos turísticos pueden adoptar una actitud pro-activa en la gestión del producto turístico en el contexto de la crisis, implementando medidas que potencien la adaptación de las estructuras productivas a las fases de transición, o a la nueva situación turística y, también, promocionando sus buenas prácticas y planes de acción en los mercados de origen, para generar confianza entre los turistas potenciales. Una de las medidas para la reducción de riesgos sanitario frente a la COVID son los directrices y recomendaciones realizadas por el Instituto para la Calidad Turística Española para los diferentes subsectores turísticos⁸

10. *La evolución de la pandemia a nivel global*

⁸ <https://www.calidadturistica.es/ESP/m/7/1391/general/Certificacion/Guias-para-la-reduccion-del-contagio-por-el-coronavirus-SARS-CoV-2-en-el-sector-turistico>

La limpieza del virus en los destinos y en los mercados de origen no garantiza la inmunidad del sistema socioeconómico del turismo, debido a las extremas interdependencias de los poderes económicos y de los habitantes del planeta. Cuanto más se propague el virus por todos los continentes y países, más difícil será volver a una situación como la anterior a la crisis, obligando a los destinos turísticos a convivir con una amenaza sanitaria durante más tiempo o, incluso, casi permanente, que puede tener consecuencias económicas para el capital transnacional y sus vínculos con los grandes operadores turísticos. Además, dado que la evolución de la pandemia tiene un retraso temporal entre los países, es bastante probable que una vez se controle la situación en Europa y Estados Unidos, el reto a nivel global provenga de América Latina y de África.

11. *El éxito en la investigación*

La pandemia de la COVID-19 ha impulsado un esfuerzo científico, sin precedentes en la historia de la humanidad, para la obtención de soluciones curativas. Cuanto antes se consigan estas soluciones, a pesar de su alto coste económico, los impactos socioeconómicos de la crisis serán menores, y menores serán también las consecuencias para el sector turístico. En estos momentos, los expertos apuntan que la primera vacuna puede estar disponible a comienzos de 2021. Este esfuerzo científico debe ampliarse a otros campos y en España la investigación turística esta reconocida internacionalmente. Es el momento de realizar el esfuerzo de unir diversas investigaciones, trabajar en red e innovar en las estrategias.

La múltiple configuración de los posibles valores de estos factores, entre otros, permitiría definir diversos escenarios de impactos de la pandemia en la actividad turística. En todo caso, no todos los escenarios son igualmente probables, y el gobierno español ha implementado un plan de desescalada por etapas, involucrando a todas las Comunidades Autónomas, que puede durar hasta junio o julio de 2020, aterrizando en unas nuevas condiciones socio-sanitarias para la gestión de la actividad turística de los destinos, que pueden suponer un serio hándicap para el desarrollo normal de la actividad, ante las cuales el sector deberá reaccionar con medidas innovadoras que le permitan adaptarse a una nueva situación.

3.- PROPUESTAS ANTE LA CRISIS

El análisis de los escenarios en diversos estudios no es muy optimista -aun con la incertidumbre de los datos- y se proponen medidas de recuperación para garantizar la liquidez de las empresas, la difusión constante de los valores de los destinos, la reactivación de los viajes internos y la búsqueda de respuestas a la seguridad para los turistas, trabajadores y la población en general. A escala global la OMT plantea tres escenarios, con un declive de las llegadas de turistas de entre -58% (apertura de las restricciones en julio de 2020) hasta un -78% (apertura en diciembre). El impacto de esta caída alcanza una pérdida de entre 850-1.100 millones de turistas internacionales, de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares americanos en ingresos por exportaciones y amenaza el empleo directo de entre 100 y 120 millones de personas⁹.

⁹<https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>

A escala nacional, Exceltur trabaja con cuatro escenarios donde es a partir del 20 de junio cuando sitúa cierta recuperación de los viajes de proximidad (2º escenario); sin embargo, la recuperación del transporte compartido (tren/avión) y de la demanda internacional, la sitúa a finales de 2020, lo que implicaría una caída del PIB turístico en España del -81,4% en 2020¹⁰. La consultora Bain y Ernst&Young ha simulado que la recuperación podría ser similar a la de Wuhan (China) y, aplicado al sector hostelería en España, propone cuatro escenarios: “Confinamiento” hasta finales de mayo; “Apertura restringida” en junio y julio con una actividad limitada al 50% y con un 80% de establecimientos abiertos; una “Demanda en transición” hasta septiembre, reduciendo la demanda al 75%; y el “Cambio estructural” con una reducción de las ventas al 85%. Este ejercicio de proyección cuantitativa presenta un alto valor en términos de previsión, aunque la recuperación será progresiva, dentro de una dinámica de muy difícil estimación¹¹.

Entre las posibilidades futuras puede que se abra el camino hacia una nueva economía del turismo caracterizada por una reinención del mismo, una revisión de prioridades a la hora de viajar, de elegir destinos, nuevos modelos de consumo de espacios e incluso un cambio del modelo hacia un decrecimiento turístico o una etapa de post-crecimiento. Ahora bien, con toda seguridad esta transformación turística supondrá una nueva escala de valores, entre los cuales aparecerá la “bioseguridad”, es decir que se priorizarán las condiciones sanitarias e higiénicas, como muestran y confirman las medidas que se han propuesto. Por tanto, ya sea cambios puntuales, reformas o cambio del modelo, será una cuestión que tomará más visibilidad en el futuro, ya que condicionará la viabilidad de algunas de las propuestas actuales. La clave está en la respuesta política, si tenderá hacia una mayor relación calidad/cantidad, hacia la disminución de la huella medioambiental de la movilidad a gran escala, etc. Algunas compañías como AirFrance plantea una transición hacia operaciones más ecoeficientes¹².

A continuación, se presentan dichas medidas dirigidas a las empresas turísticas y posteriormente en los destinos, por tipos de administración (central, regional y local).

3.1. Medidas sectoriales en las empresas turísticas

El transporte y la movilidad son quizá los elementos clave entre las medidas de lucha contra los efectos de la pandemia en el turismo, al margen de las medidas sanitarias. Ello es así porque la restricción de movimientos de personas se ha convertido en el principal instrumento al que han recurrido las autoridades de todos los países para luchar contra la propagación del virus con políticas de aislamiento de la población. Las primeras medidas tomadas por el Gobierno de España, siguiendo los pasos de otros gobiernos europeos, fueron el confinamiento de la población en sus propios domicilios y la restricción de la movilidad a los mínimos necesarios e imprescindibles. Si bien autobuses, trenes y aviones siguieron operando, se produjo una drástica caída de la movilidad.

¹⁰ <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/05/EXCELTUR-Plan-Renacer-Turismo-20200528.pdf>

¹¹ [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana/\\$FILE/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana/$FILE/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf)

¹² <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200504/comision-europea-autoriza-rescate-7000-millones-a-air-france-francia-coronavirus-7949110>

Desde el momento en que se decretó el Estado de Alarma en España, hemos pasado por diferentes fases. Como es fácil comprender, las implicaciones de esta restricción de movilidad para las personas son decisivas para comprender el desplome de la actividad turística. Con la movilidad reducida, en unas semanas hemos pasado de situaciones de overtourism en algunos destinos urbanos, a una situación caracterizada por el escenario de "turismo cero", en el que nos encontramos, a comienzos de mayo de 2020.

La recuperación del sector del transporte comenzará a medida que vaya avanzando la fase de desescalada, cuando termine el Estado de Alarma. En esta situación, las empresas de transporte trabajan ya en una serie de medidas que permitan ganar la confianza del usuario, garantizando la seguridad sanitaria del viajero. Todos los protocolos de desescalada en los medios de transporte obligarán a mantener un mínimo de distancia de seguridad entre las personas, y limitarán para ello la capacidad de autobuses y trenes, en los aviones parece descartarse recurrir a una menor densidad por la capacidad de regeneración del aire interior y el uso de mascarillas. Esta supresión de muchas plazas de viajeros supondrá un verdadero desafío para la rentabilidad de las empresas. Si nos centramos en el tráfico aéreo, IATA (International Association for Air Transport) prevé que la recuperación del transporte aéreo internacional comience lentamente en el último trimestre del año. Mientras tanto, el mercado doméstico podría iniciar su recuperación en el tercer trimestre de 2020.

En cualquier caso, los cambios a la hora de viajar en avión serán importantes. Será necesario llegar con más antelación a los aeropuertos, en donde habrá controles de temperatura, dispensadores de gel hidroalcohólico y en donde habrá que seguir unos rígidos protocolos de seguridad. En relación con el interior de las cabinas de los aviones, a la espera de las directrices de la Dirección General de Aviación Civil, se baraja la supresión de los asientos del medio en cada grupo de tres asientos, en vuelos domésticos. Sin embargo, compañías de bajo costo como Ryanair han expresado su preocupación por esta medida, que haría imposible la operación de los vuelos debido a su falta de rentabilidad. En paralelo, Ryanair afirma que la eliminación de los asientos del medio no resuelve el problema de la disponibilidad del espacio mínimo interpersonal (1,5 o 2 metros, según el caso).

En vista de esta situación, la compañía italiana AvioInteriors, trabaja ya en dos prototipos de diseño de interior de aviones que hagan innecesario eliminar los asientos intermedios. La primera solución emplearía los mismos asientos cambiando el sentido del pasajero central y protegiéndolo con mamparas de metacrilato. La segunda opción consistiría en mantener el asiento central en su posición actual, reforzando la protección de los viajeros con mamparas individuales, ofreciendo una protección individual y un espacio personal exclusivo a la altura de la cabeza.

Otro de los sectores que experimentará un gran cambio será el alojamiento. La progresiva desescalada comienza a notarse ya y van conociéndose ciertas medidas que serán de aplicación general en los próximos meses. En primer lugar, se espera que los hoteles ofrezcan una gran flexibilidad a la hora de gestionar reservas de habitaciones. Se han de tener en cuenta no solo las dificultades para cumplir con los horarios de viaje en aviones, trenes, etc, sino la posibilidad de que exista una recaída en la pandemia, que obligue a una rápida vuelta a situaciones de restricción de movilidad. Los alojamientos han de estar preparados para hacer frente a estas situaciones adversas y a coyunturas cambiantes en cuestión de días o semanas. Por ello, muchos, sobre todo grandes

cadena hotelera, se plantean facilitar las cancelaciones y cambios de reserva, de manera gratuita si es posible, a los clientes que lo soliciten. Igualmente, cadenas como NH trabajan en sellos de certificación que acrediten la seguridad sanitaria en sus instalaciones.

En cualquier caso, el staff de los alojamientos deberá seguir indicaciones precisas de las autoridades sanitarias y turísticas con las guías de especificaciones publicadas por el Instituto para la Calidad Turística Española. Otra de las grandes transformaciones que afectarán a la hotelería será la desaparición de los buffets libres de desayuno, por razones higiénicas y de salud pública. Serán sustituidos por servicio en mesa, lo que obligará a los hoteles a disponer de más personal dedicado a este fin.

El desafío es enorme, ya ha comenzado la desescalada con una serie de medidas que afectan, en primer lugar, a la capacidad de los locales y a la limitación de servicio en la barra. En la fase 1 de la desescalada se permite consumir en terrazas al aire libre, con una limitación de aforo del 50%. Posteriormente, se permite consumir en el interior, con una limitación de la ocupación notable. Es posible que los restaurantes de gamas más alta instalen mamparas de metacrilato, al igual que las planteadas en los aviones. Al igual que los hoteles-burbuja, podría haber restaurantes-burbuja. Otras medidas tienen que ver con la gestión de los establecimientos. Se reserva en gran parte de los locales para garantizar la disponibilidad de mesa, ya que se están ampliando las franjas horarias de servicio. No obstante, algunas de estas medidas irán cambiando según la efectividad de las mismas.

3.2. Medidas de la Administración Central

Desde el Gobierno Central se han anunciado una serie de medidas que agrupamos en seis categorías, y que se resumen a continuación, sin pretensiones de exhaustividad:

a) Medidas transversales

- Plan para la Transición hacia una nueva normalidad
- Plan de Recuperación europeo para apoyar al sector turístico

b) Ayudas para la liquidez de las empresas y autónomos

- Línea de financiación del ICO, dotada con 400M€ y con garantía del Estado a todas las empresas y trabajadores autónomos con domicilio fiscal en España que estén incluidos en los sectores económicos de transporte de viajeros, alojamiento y restauración básicamente.
- Creación de una línea de avales y garantías públicas de hasta 100.000 millones de euros. El Gobierno aprobó el 24 de marzo las condiciones del primer tramo de la línea de avales por importe de 20.000 millones de euros, de los cuales el 50% se reservará para garantizar préstamos de autónomos y pymes.
- Línea de avales CESCE de 2.000 millones de euros para empresas internacionalizadas o en proceso de internacionalización y que se enfrenten a un problema de liquidez o de falta de acceso a la financiación resultado del impacto de la crisis de la COVID 19 en su actividad económica, favoreciendo especialmente a las PYMES.

- En caso de ERTes, se exonerará al empresario de la totalidad de la aportación empresarial de las cuotas a la Seguridad Social, si la empresa tiene menos de 50 trabajadores. Si tiene 50 trabajadores o más, la exoneración de la obligación de cotizar alcanzará al 75 % de la aportación empresarial.
- Régimen específico de suspensión de contratos públicos, con ampliación de plazos y compensación de salarios, para evitar la pérdida de empleo.
- Se impide, mediante una reforma normativa, que empresas de países de fuera de la UE puedan controlar entidades españolas en sectores estratégicos.
- Ampliación de la moratoria hipotecaria sobre inmuebles afectos a la actividad económica para empresarios y profesionales cuya actividad haya sido suspendida por el estado de alarma o cuya facturación haya caído significativamente.
- Moratoria de seis meses, sin interés en el pago de las cotizaciones sociales a la Seguridad Social para autónomos y empresas.
- Aplazamiento del pago de deudas a la Seguridad Social hasta el 30 de junio para empresas y trabajadores por cuenta propia que no tengan otro aplazamiento en vigor.
- Medidas para que los autónomos y las empresas que se hayan visto afectados por la COVID-19 puedan flexibilizar el pago de suministros básicos como la luz, el agua o el gas, llegando incluso a la posibilidad de suspender su pago. Las cantidades adeudadas se abonarán como máximo en los seis meses siguientes a la finalización del estado de alarma.
- En el caso de los autónomos, se establece que los que sean beneficiarios de la prestación por cese de actividad podrán abonar fuera de plazo y sin recargo las cotizaciones del mes de marzo correspondientes a los días previos a la declaración del estado de alarma.

c) Obligaciones fiscales

- Suspensión durante un año y sin penalización alguna del pago de intereses y amortizaciones correspondientes a los préstamos concedidos por la Secretaría de Estado de Turismo.
- La flexibilización de los aplazamientos del pago de deudas tributarias con la Administración durante un periodo de seis meses, previa solicitud, con bonificación parcial en los tipos de interés para evitar posibles tensiones de tesorería de autónomos y pequeñas y medianas empresas

d) Medidas sobre el empleo

- Extensión de la bonificación a los contratos fijos discontinuos a los meses de febrero a junio en los sectores de turismo, y comercio y hostelería vinculados a la actividad turística.
- A los asalariados se les permite adaptar o reducir su jornada hasta un 100% para atender las necesidades de conciliación y cuidado derivadas de esta crisis.
- Se establece el teletrabajo como medida de flexibilidad principal, cuando las circunstancias lo permitan.
- Flexibilización de los ERTes. Los causados por la crisis de la COVID-19 serán considerados de fuerza mayor y los trabajadores tendrán derecho a la prestación contributiva por desempleo, aunque no cumplan el requisito de cotización previa exigido. El cobro de esa prestación no les computará a efectos del cobro posterior de la prestación por desempleo.

- Para los autónomos, se flexibiliza el acceso al cese de actividad y el cobro de su prestación en caso de dificultad económica.
- Se regula un permiso retribuido recuperable para las personas trabajadoras de los servicios no esenciales, con el fin de reducir la movilidad de la población en el contexto de la lucha contra el COVID-19.
- Se amplía el colectivo de potenciales perceptores del bono social eléctrico, al que podrán acogerse de forma excepcional las personas que se hayan visto afectadas por medidas de regulación de empleo de sus empresas o, en el caso de autónomos, haber cesado su actividad o visto reducidos sus ingresos en más de un 75%.
- Adaptación de la prestación extraordinaria por cese de actividad para autónomos con alto grado de estacionalidad.
- Nuevo subsidio extraordinario equivalente al 80% del importe mensual del Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM) para las personas que hayan finalizado su contrato temporal de duración de al menos dos meses que se hubiese extinguido tras la declaración del estado de alarma y que no alcancen el periodo de cotización mínimo para percibir una prestación por desempleo.

e) Inteligencia competitiva: mercados y competencia

- Informes semanales elaborados por las Consejerías de Turismo que contemplan los cambios que está sufriendo cada mercado emisor en el ámbito de la intermediación, en las características de la demanda, así como la coyuntura del país y las perspectivas de recuperación en cada caso, ante la pandemia global.
- Campaña en redes sociales reforzando el vínculo emocional con España. Se trata de un video editado en 5 idiomas y difundido desde los perfiles de @spain, a fin de reforzar el vínculo emocional con España en el turismo internacional y recordar los atractivos y la oferta del país.

f) Otras medidas de interés

- Declaración como servicios esenciales a determinados alojamientos turísticos.
- La Secretaría de Estado de Turismo, en colaboración con SEGITTUR, lanzó un conjunto de acciones formativas dentro del programa Anfitriones Turismo, con el objetivo de que los profesionales del sector turístico puedan aprovechar lo mejor posible la situación de confinamiento, y estar mejor preparados para afrontar la salida de la crisis actual.
- Flexibilización de las reglas de mantenimiento de los slots aeroportuarios.
- Se acelera la puesta en marcha de programas de apoyo a la digitalización y la I+D de las PYMES, que facilitarán la implantación del teletrabajo.
- Realización de todos los trámites con la Seguridad Social relativos a aplazamientos en el pago de deudas, moratorias o devoluciones de ingresos indebidos a través del Sistema RED de comunicación electrónica.
- En cuanto a los viajes combinados cancelados con motivo de la COVID19, se prevé que el organizador o minorista pueda entregar al consumidor un bono para ser utilizado durante un año por una cuantía igual al reembolso que hubiera correspondido; en caso de no utilizarse durante ese periodo, el consumidor podrá ejercer el derecho de reembolso. Además, se

establecen medidas complementarias para proteger a organizadores o minoristas frente al impago de proveedores.

- Extensión y refuerzo de la línea de financiación Thomas Cook, prevista, inicialmente, por el Real Decreto-Ley 12/2019.
- Se establecen medidas conducentes a procurar la moratoria de la deuda hipotecaria para la adquisición de la vivienda habitual, de inmuebles afectos a la actividad económica que desarrollen empresarios y profesionales y de viviendas distintas a la habitual en situación de alquiler.
- Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA): DataCOVID, el estudio de movilidad de la población que ayudará en la toma de decisiones ante el coronavirus

3.3. Medidas de las Administraciones Autonómicas

A la fecha del cierre de este informe, desde las distintas administraciones autonómicas se han anunciado unas acciones que agrupamos en nueve categorías pero que se espera que vayan incrementándose a medida que avance el proceso de recuperación de la actividad turística.

a) Ayudas de protección de la cadena de pagos, líneas de créditos y liquidación de ayudas

- Línea de crédito para mejorar la liquidez de las empresas y mitigar los efectos de la pandemia del coronavirus (en Cataluña, Aragón y Extremadura).
- Ayuda para dar apoyo a autónomos y PYMES del sector turísticos afectadas por la COVID-19 (en Cataluña y Valencia).
- Anuncio de reducción del canon del agua en establecimientos hoteleros, campings y otros alojamientos (en Cataluña).

b) Obligaciones fiscales

- Suspensión o prórroga de los plazos de pagos fraccionados del IRPF, determinadas autoliquidaciones y deudas tributarias de autónomos y pymes (en Galicia y Navarra).
- Moratoria en el pago del impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos (en Cataluña).

c) Medidas sobre el empleo

- Inclusión de determinados colectivos de trabajadores fijos discontinuos del sector de hostelería y actividades accesorias en los expedientes de regulación temporal de empleo previstos en los artículos 22 y 23 del Real Decreto Ley 8/2020 (en Baleares).
- Asistencia en labores de monitorización y control de la infección en los trabajadores y la empresa y en labores de desinfección, equipos e instalaciones para medición de condiciones sanitarias, desinfección de instalaciones y personas y protección y seguridad personal individual o colectivo. Para industria manufacturera, transporte y hostelería, incluidos hoteles y campings (en La Rioja).

- Recomendaciones para empresas y personas trabajadoras sobre actuaciones vinculadas a las situaciones de la COVID-19 (en Cataluña).

d) Inteligencia competitiva: mercados y competencia

- Benchmarking sobre las medidas tomadas en los mercados emisores (en Cataluña).
- Informe de seguimiento del impacto de la COVID-19 en la actividad turística de la comunidad autónoma (en Cataluña y Valencia).
- Estudio de simulación por la demanda turística. Simulación de escenarios (en Canarias).

e) Innovación y herramientas TIC

- Edición digital de un libro para niños con contenido relacionado con la comunidad autónoma traducido al idioma de los principales mercados emisores (en Canarias).
- Sistema de información geográfica sobre la situación epidemiológica (en Castilla y León, Baleares y Asturias).
- Plataforma online de recogida de datos que mide el impacto económico de la COVID-19 en el sector turístico (en País Vasco).
- Campaña de recuperación de imagen del destino en redes sociales (en Cataluña y Canarias).

f) Gobernanza

- Grupo técnico de ciudades turísticas para consensuar la desescalada del sector (en Valencia).
- Comités técnicos con diferentes agentes de la cadena de valor turística (en Andalucía y Valencia).
- Guía de ayudas para el sector turístico (en Murcia).

g) Distanciamiento físico

- Plan de contingencia por la COVID-19 para aplicar en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana

h) Formación

- Iniciativas formativas online (webinars) dirigidas a empresas, destinos y profesionales del sector turístico (en Canarias).

i) Planes de reactivación

- Plan de preparación del sector turístico para adelantar su reapertura (laboratorio turístico mundial de seguridad) (en Canarias).
- Plan de choque para recuperar y reactivar el sector turístico ante la crisis sanitaria y económica derivada por la pandemia del coronavirus (en Andalucía).
- Planes de inversión para la ayuda al sector (en Galicia).

3.4. Medidas de las Administraciones Locales

Son aun pocas las medidas locales en estas fases iniciales porque conforme avance la desescalada los ayuntamientos irán desplegando nuevas acciones, adaptándolas a las medidas ya establecidas por las CC.AA. y el Gobierno Centra. Se muestra aquí solo algunos ejemplos de las primeras medidas anunciadas a la fecha del cierre de este informe

a) Ayudas para la liquidez de las empresas y autónomos

- Medidas sociales y económicas para la reactivación del tejido económico municipal (en Palma de Mallorca)
- Devolución del pago, a bares y restaurantes, por ocupación del dominio público de mesas y sillas, de la tasa correspondiente a todo el año 2020 (en Calvià).

b) Obligaciones fiscales

- Nuevo calendario fiscal más amplio y flexible que supondrá retrasar y ampliar el plazo del pago voluntario de tributos (del 1 de julio hasta el 15 de noviembre) (en Calvià).
- Suspensión de tasas y modificación de la Ordenanza para ampliar la superficie de las terrazas de bares y restaurantes (en Gandía).

d) Medidas sobre el empleo

- Medidas sociales y económicas para la reactivación del tejido económico municipal (en Palma de Mallorca).

e) Inteligencia competitiva: mercados y competencia

- Encuesta sobre comportamiento de los turistas potenciales a la provincia de la región tras la alerta sanitaria por la Covid-19 (en Huesca).

f) Innovación y herramientas TIC

- Iniciativa para visibilizar el comercio y los servicios esenciales durante la COVID-19, operativos en cada distrito (en Madrid).
- Web pensada para consultar los comercios que venden a domicilio o se recoge en tienda (en Conil de la Frontera).
- Campaña de recuperación de imagen del destino en redes sociales (en Lorca).
- Proyecto PATTI RECOVERY basado en la realización de tests de la Covid19 para establecer protocolos de reapertura de establecimientos (en Benidorm).

El objetivo de tan amplias y variadas medidas es proteger al sector turístico en una crisis sin precedentes, sin embargo, aun es pronto para evaluar con rigor el acierto o no de dichas medidas.

Lo que si es posible es crear una agenda de investigación científica aplicada al turismo y los destinos con el fin de responder ante esta crisis y en el futuro ser más eficaces frente a otras eventualidades.

4.- AGENDA DE INVESTIGACIÓN

La COVID-19 impone un marco de reflexión totalmente inédito a la hora de plantear en términos de investigación cuestiones de interés tanto a nivel conceptual y metodológico como a nivel operativo y aplicado. Permite, así mismo, contemplar la emergencia de temáticas de investigación nuevas.

Desde una perspectiva conceptual, frente a los paradigmas asociados a la lógica del crecimiento (y/o déficit de crecimiento en algunos casos) que han imperado en el ámbito de la investigación turística, emergen nuevas aproximaciones epistemológicas que relacionan directamente la actividad y su medida con la sostenibilidad y la justicia social tanto a escala global (papel de las movili-dades) como a escala local (papel de los actores que, en red, intervienen en el desarrollo de los destinos y en la proyección de una determinada imagen de ellos) y que vinculan directamente el futuro de la actividad con el decrecimiento. Pueden considerarse, asimismo, cambios significati-vos en relación al socialmente admitido, adquirido y apropiado a través del turismo ‘derecho a la movilidad’ en cuanto que fundamento de una sociedad democrática. Se plantea, por lo tanto, un contexto que remite a reformular los conceptos en base a los cuáles se ha construido el actual pensamiento sobre el turismo y su relación con la movilidad y que obliga a integrar, si cabe aún de manera más definitoria que hasta el momento, la investigación sobre el turismo en el marco de los debates sobre cambio climático, digitalización, desarrollo/pobreza, geopolítica global y go-bernanza local. Desde esta perspectiva se plantea la posibilidad de desarrollar programas de inves-tigación específicos que atiendan cuestiones como:

- Turismo en un contexto de cambio global (clima, salud, envejecimiento, pandemias)
- Turismo, nuevas tecnologías e innovación territorial (destinos inteligentes, clusters tecnoló-gicos, digitalización de productos y experiencias)
- Turismo, desigualdad territorial y crisis demográfica (accesibilidad, desconcentración, nuevas oportunidades, riesgos y externalidades negativas)
- Turismo como agente de exclusión social (los destinos turísticos como espacios de oportuni-dad: emprendeduría, circuitos laborales, informalidad, ilegalidad)
- Turismo en un contexto de relaciones multilaterales/bilaterales (alianzas globales, estrategias multilaterales, acuerdos bilaterales)
- Turismo, planificación y gobernanza (nuevos agentes, nuevas necesidades, nuevos proyectos, nuevos instrumentos).

Desde una perspectiva metodológica, la nueva situación demanda de nuevas aproximaciones y métodos de investigación que requieren nuevas fuentes de datos sobre turismo, movilidad, reser-vas, comportamientos, previsiones mucho más allá de, las estadísticas habituales, incorporando big y small data, sensórica y, especialmente, GIS (Sistemas de Información Geográfica). Todo ello es fundamental para destinos, empresas, comunidades, gestores e incluso turistas. Se requieren,

desde esta perspectiva, instrumentos y resultados de análisis multiescales útiles para la elaboración de escenarios globales y particulares. Todavía en el ámbito metodológico, es importante la elaboración de protocolos compartibles y compartidos de análisis cualitativo textual, visual y sonoros. Todo ello para nutrir las necesidades de obtener resultados en relación a cuestiones fundamentales para una toma de decisiones adecuada, innovadora, inteligente e informada sobre comportamiento del consumidor, modelos de negocio y diseño de producto. También para obtener nuevos datos de valor acerca de la importancia de la actividad en términos de su papel en la economía y el desarrollo a la escala que se considere analizando adecuadamente los flujos financieros, económicos, energéticos, materiales que genera su cadena de valor más allá de la actividad. Una información de este estilo produciría, además, datos valiosos para corregir las externalidades negativas que genera la actividad a través de la formulación de objetivos claros y plausibles.

Resultado de las consideraciones anteriores, desde una perspectiva operativa es necesario el avance hacia sistemas abiertos de información e investigación colaborativa más allá de las actuales prácticas científicas reducidas y reducibles a la publicación a través de revistas científicas al uso. Se trata de generar grandes repositorios que integren información diversa, que estén abiertas y que faciliten la comprensión correcta de los fenómenos que acontecen en términos de transformación de los regímenes de movilidad que afectan a la actividad turística tanto en el tránsito hacia el destino como en el propio destino y, aún, en origen. Frente a una visión estática del hecho turístico tradicionalmente reducida al análisis de las instalaciones y atracciones en los espacios de destino, queda claro ahora más que nunca que el turismo es flujo y que la viabilidad del stock (que debe modelizarse en términos de capacidad y modelo de negocio) depende de la dimensión, la naturaleza, la variabilidad y los efectos del flujo. Desde esta perspectiva se plantea la posibilidad de desarrollar programas de investigación específicos en relación a mercados estratégico tales como los mercados de proximidad, mercados en atención a estilos de vida (tales como éticos o creativos) o nichos específicos a potenciar desde la perspectiva de los Objetivos del Milenio.

Desde una perspectiva aplicada es conveniente reforzar líneas de investigación clásicas que permitan analizar y ayudar a minimizar los efectos que la COVID-19 ha tenido, tiene y tendrá sobre los diferentes ámbitos de la cadena de valor del turismo (incluyendo hotelería, restauración, eventos, actividades recreativas al aire libre, cruceros, sistemas de transporte masivos, entre otros) y sobre la propia dinámica económica (indicadores macroeconómicos) teniendo en cuenta las cuestiones ya indicadas relativas a la necesidad de generar seguridad por parte de los destinos y las empresas a través del aseguramiento de la higiene y de la correcta percepción de tal aseguramiento por parte de los visitantes como mecanismo para superar el miedo al contagio. Asimismo, será conveniente investigar la incidencia de la pandemia desde diferentes perspectivas que entroncan con líneas de investigación consolidadas en el panorama científico sobre el turismo:

1. Gobernanza del destino. Papel de los diferentes agentes de interés. Papel de las políticas públicas a todos niveles y nuevas regulaciones, normas y prácticas a diferentes escalas (estatal, regional, local) Regulaciones. Mecanismos e instrumentos de planificación, gestión y acción. Instrumentos de comunicación (papel del social media). Protección del visitante y residente en un contexto de incertidumbre.

2. Planificación y gestión del destino. Papel de la sostenibilidad en el nuevo régimen post COVID-19. Nuevo papel de las DMMOs, Diseño de políticas y planes en base a escenarios incluyendo acciones de recuperación, mitigación y prevención de nuevos efectos. Diseño de “nuevos” productos/experiencias alternativas/transformadores en respuesta al COVID-19. Protocolos de uso de los espacios público y protocolos de uso de los recintos cerrados. Evaluación del papel de los eventos en el posicionamiento, desarrollo y acción en el destino.
3. Posicionamiento y comunicación del destino. Estrategia de marketing del destino. Gestión de la imagen, reposicionamiento y rebranding. Medios de comunicación, social media y reputación del destino en relación al COVID-19. Renovación de la confianza del visitante.
4. Comportamiento y decisiones de los visitantes. Psicología del consumidor y cambios en las pautas de consumo por nichos/segmentos de demanda a corto, medio y largo plazo. Percepción de riesgo e inseguridad en relación al destino. Papel de las prácticas de distanciamiento físico. Papel de la familia, el género y las redes sociales en las decisiones del visitante. Papel del turista en la recuperación del destino. Repartición de los periodos de vacaciones.
5. Gestión de la movilidad. Planificación adecuada a previsiones de volumen y fluctuaciones estacionales. Operación de los grandes terminales de acceso a diferentes escalas. Dinámicas de movilidad y permanencia en espacios públicos y privados. Estrategias de desestacionalización/desmasificación.
6. Gestión y administración de empresas turísticas. Costes y resultados de la crisis. Efectividad de las acciones de respuesta y recuperación. Impacto sobre la organización, operaciones y estrategias. Planificación financiera y de inversiones. Ingresos, liquidez y gestión de precios. Transformación digital y cambios en los usos de la tecnología. Desarrollo de planes de contingencia, gestión de riesgo, gestión de crisis y diseño de alternativas.
7. Organización laboral y calidad del trabajo en la industria turística. Efectos emocionales, psicológicos, de salud, económicos, financieros, sociales y culturales de la crisis de la COVID-19 en los empleados en el sector. Estrategias de gestión de recursos humanos, carreras profesionales en el sector y seguridad personal. Gestión del talento en tiempos de crisis. Género y liderazgo durante la crisis. Efectos de la crisis sobre la capacidad de atracción de los puestos de trabajo en la cadena de valor del sector.
8. Impacto sobre los procesos de digitalización. Renovado papel de las tecnologías ante crisis sanitarias (AI, Robòtica). Nuevas aplicaciones tecnológicas para la prestación de servicios. Transformación de las relaciones persona-tecnología a nivel de prestación de servicio, de organización de procesos y de satisfacción de expectativas. Turismo virtual, realidad aumentada, etc.
9. Ética y responsabilidad. Responsabilidad Social Corporativa. Cuestiones legales y retos en materia de seguridad. Papel de la digitalización en los procesos de aseguramiento de garantía. Ética de las redes sociales y la comunicación turística. Responsabilidad de los visitantes.
10. Papel de los residentes. Vulnerabilidad, resiliencia y capacidad adaptativa de las comunidades locales de los destinos a la crisis. Estrategias comunitarias para la recuperación/rediseño de la actividad. Turismo como generador de bienestar
11. Turismo y educación. Tendencias y patrones en las nuevas necesidades formativas para el sector. Educación y desarrollo personal. Remodelación de los entornos de aprendizaje a través de recursos on line. Papel de la universidad.
12. Cuestión aparte es el refuerzo de la investigación asociada a la gestión de crisis y de desastres en el ámbito del turismo teniendo en cuenta la definición de escenarios, tendencias y pautas

en la planificación de emergencias globales con efectos económicos generalizados en el ámbito del turismo. En este ámbito en particular, sería necesario avanzar en el desarrollo de líneas de investigación sobre:

- Análisis de los procesos derivados de situaciones de crisis previas (duración, recuperación, intensidad, impactos a corto, medio y largo plazo)
- Planificación y gestión de situaciones de crisis en turismo. Lecciones derivadas de eventos pasados y escenarios de futuros episodios de desastre.
- Necesidades de las políticas de apoyo al turismo en situaciones de crisis. Aspectos jurídicos, financieros, sociales y de apoyo empresarial.
- Colaboración entre corporaciones y empresas privadas con las agencias públicas de gestión de riesgo, recuperación y resiliencia a largo plazo en el ámbito del turismo.
- Diseño de contextos sanadores y recuperadores de las situaciones de colapso socio-ecológico.

No hay duda, en conclusión, que la COVID-19 obliga a considerar ámbitos de investigación específicos que emergen como resultado de la propia pandemia. Tales temáticas de investigación tienen implicaciones múltiples y pueden formularse en el corto, medio y largo plazo.

A corto plazo:

- ¿Qué impacto ha tenido el COVID_19 y sus efectos en la movilidad (nuevas regulaciones para los desplazamientos masivos, cuarentenas, restricciones y sanciones a la movilidad) en los modelos de negocio y competitividad de los destinos, de sus productos y de sus empresas?
- ¿Qué efectos ha tenido sobre los nuevos modelos de comercialización del destino basados en plataformas digitales? ¿Qué implicaciones tiene la COVID-19 sobre los modelos de negocio entre pares basados en la confianza cuando es la confianza en la seguridad en el destino lo que hay que garantizar?
- ¿Se puede prever que la afectación de la COVID_19 implicará que empresas y destinos deberán plantear intentos de recuperación más allá el 'business as usual' del periodo anterior? ¿Hacia dónde transitarán, si lo hacen, las nuevas iniciativas?
- ¿Cómo afectará el distanciamiento físico a los modelos de negocio y de uso público del espacio?
- ¿Cuáles son los efectos sobre la actividad y su papel en la dinámica económica, urbana, social y ambiental de la resolución de la dicotomía existente entre tratar de volver a la situación anterior a la COVID-19 lo más rápido posible o sacar partido de la circunstancia a para hacer grandes cambios en consonancia con las nuevas tendencias que generen nuevos escenarios turísticos?

A medio plazo:

- ¿Quién, cuáles serán sus condiciones y cuántos podrán viajar en un nuevo régimen de movilidad turística post-COVID-19 y desde dónde-hacia dónde? ¿Cómo afectará ello el futuro de la industria, de la actividad y de sus efectos?
- ¿Qué impactos puede tener para la actividad cuestiones como las siguientes?
 - la situación socioeconómica post-COVID_19 (con algunos mercados de origen más resilientes que otros),
 - los cambios culturales en relación al viaje que se puedan haber impulsado debido a la crisis actual,
 - los cambios en el entorno de la industria (ej. dificultad operadores low-cost)
 - las regulaciones y reorganizaciones institucionales (más controles a las fronteras, condiciones más duras para visados, etc.)
- ¿Hasta qué punto son plausibles, posibles y efectivas las anunciadas dinámicas de reorientación de los destinos hacia mercados nacionales y de proximidad, cuáles pueden ser sus efectos y hasta qué punto incidirán en la redefinición de lo turístico, así como en la identificación de nuevas necesidades de gestión? ¿Cómo afectará esta tendencia a los destinos con menor accesibilidad no aérea?

A largo plazo:

- ¿Qué oportunidades hay hoy en día para repensar el destino inteligente como entorno socio-tecnológico apto para una dinámica turística post-COVID?
- ¿Qué nuevos actores, modelos de negocio, sinergias entre turismo y otros sectores económicos pueden entrar en juego para contribuir a una transición de ciudades y otros destinos hacia modelos que sean más resilientes a ‘shocks’ como el de la crisis del COVID_19?
- Suponiendo una transformación de algunas dimensiones de los modelos de negocio y de destino con menor cantidad simultánea de actividad y mayor valor generado ¿qué dimensiones del espacio urbano/rural/natural y de los recursos económicos del destino deberían ser objeto de revisión en el ámbito de la política pública (planificación y gestión) y de la gobernanza? ¿Qué papel puede tener en este contexto la economía social y solidaria?
- ¿Tiene la pandemia implicaciones sobre la concepción del turismo como instrumento para desarrollo sostenible en términos generales? ¿Cómo influye, si lo hace, en relación a su contribución a los objetivos del milenio?

- ¿Qué renovado papel tendrá la sanidad y la seguridad en el futuro de la industria turística?
¿Qué otras intersecciones desde la perspectiva de la geopolítica global, la seguridad alimentaria y las garantías sanitarias se pueden establecer entre turismo y salud?

En definitiva, y como responsables de centros de investigación, nuestro principal objetivo es dar respuesta a la sociedad frente a la crisis de la COVID, mostrando los avances en el conocimiento y ordenando los temas de investigación más urgentes, de una manera creativa y responsable, sin perder la altura de miras, con un horizonte temporal a distintos plazos.