

Víctor Llugsha G.  
Coordinador-editor

# Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19

*Serie Territorios en Debate - Segunda Etapa - N° 14*



2021

Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19 / coordinado y editado por Víctor Llugsha. Quito : CONGOPE : Ediciones Abya Yala : Incidencia Pública Ecuador. 2021  
xii, 197 páginas : figuras, tablas. - (Serie Territorios en Debate. Segunda etapa ; 14)

Incluye bibliografía

ISBN: 9789942097538

TURISMO ; VIAJES ; DESARROLLO TERRITORIAL ; ECONOMÍA ; REACTIVACIÓN ECONÓMICA ; RECESIÓN ECONÓMICA ; GÉNERO ; TRABAJO ; PANDEMIA ; COVID-19 ; ECUADOR. I.LLUGSHA, VÍCTOR, COORDINADOR-EDITOR.

306.4819 - CDD

Primera edición: 2021

© **Consortio de Gobiernos Autónomos  
Provinciales del Ecuador – CONGOPE**

Wilson E8-166 y Av. 6 de Diciembre

Teléfono: 593 2 3801 750

www.congope.gob.ec

Quito-Ecuador

**Ediciones Abya Yala**

Av. 12 de Octubre N24-22 y Wilson, bloque A

Apartado Postal: 17-12-719

Teléfonos: 593 2 2506 267 / 3962 800

e-mail: [editorial@abyayala.org](mailto:editorial@abyayala.org) / [abyayalaeditorial@gmail.com](mailto:abyayalaeditorial@gmail.com)

Quito-Ecuador

**Incidencia Pública Ecuador**

Calle San Luis Oe8-78

San Francisco de Pinsha, Cumbayá

Teléfono: 593 999 012 226

e-mail: [incidenciapublica.ecuador@gmail.com](mailto:incidenciapublica.ecuador@gmail.com)

Quito-Ecuador

Coordinador general de la serie: Francisco Enríquez Bermeo

Edición: Víctor Llugsha

Corrección: María Victoria Toral

Diseño y diagramación: Antonio Mena

Impresión: Ediciones Abya Yala, Quito-Ecuador

ISBN: 978-9942-09-753-8

Tiraje: 1000 ejemplares

Impreso en Quito-Ecuador, junio de 2021

Las opiniones de los autores no reflejan la opinión de las instituciones que patrocinan o auspician la publicación.

Este trabajo se llevó a cabo con una subvención del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador – CONGOPE

---

### *Serie Territorios en Debate*

Es un espacio creado por el CONGOPE e Incidencia Pública para debatir entre los gestores de la política pública, la academia y la sociedad civil, sobre el desarrollo desde una perspectiva territorial, que mire a lo urbano y lo rural como un espacio diverso y articulado de construcción social.

# Índice

<b>Presentación</b> . . . . .	VII
<i>Pablo Jurado Moreno</i>	
<b>Prólogo</b> . . . . .	IX
<i>Francisco Enríquez</i>	
<b>Introducción</b>	
<b>Turismo y desarrollo</b>	
<b>La necesidad de contar con un enfoque territorial frente a los efectos de la pandemia COVID 19</b> . . . . .	1
<i>Victor Llugsha G.</i>	
<b>Ecuador: una visión ex ante del turismo y los efectos de la pandemia COVID 19</b> . . . . .	7
<i>Victor Llugsha G. y Sheyla Camacho</i>	
<b>Tendencias del turismo post covid-19</b>	
<b>Una reflexión para Ecuador</b> . . . . .	37
<i>María Soledad Oviedo y Fernanda Olivo</i>	
<b>La nueva realidad del turismo post COVID 19</b> . . . . .	63
<i>Enrique Cabanilla, Walter Ocaña, Carlos Garrido y Edison Molina</i>	
<b>Sinergias y barreras de las guías de turismo en el Ecuador durante la pandemia Covid-19</b> . . . . .	99
<i>Roberto Carrillo-Flores</i>	
<b>Imbabura Geoparque Mundial de la UNESCO: Un enfoque integral para el desarrollo del territorio</b> . . . . .	123
<i>Pablo Jurado Moreno y Carlos Merizalde Leiton</i>	
<b>El turismo mundial y los efectos de COVID 19 ¿qué nos espera?</b> . . . . .	155
<i>Pedro Longart</i>	
<b>Autores y autoras</b> . . . . .	192

# El turismo mundial y los efectos de COVID 19 ¿qué nos espera?

---

Pedro Longart\*

## Resumen

Este capítulo se concentra en una visión global del turismo después de este periodo de incertidumbre, que muchos llaman Post-Covid 19. Esta visión amplia y contemporánea se basa en un análisis de los factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ambientales y legales (PESTEL) que afectan a la industria del turismo. Este análisis de PESTEL enfatiza la necesidad de la integración y colaboración de las diferentes entidades. Se observa que este periodo ha acentuado la necesidad de ver al turismo y la hospitalidad como claves para la recuperación económica. Sin embargo, se subraya que asumir al turismo como un fenómeno meramente económico, lo cual parece haber sido la norma, es una perspectiva miope. Por lo contrario, debe percibirse como un fenómeno social, con el ser humano como base y principio de la actividad turística. Los efectos a corto plazo han sido negativos, sin embargo, esta experiencia debe verse como una oportunidad para trazar nuevas estrategias de desarrollo. El capítulo concluye con importantes recomendaciones para el Ecuador en vista de estos escenarios. Entre ellos se recalca la importancia de una mayor participación internacional y de ver a la actividad del turismo como un fenómeno complejo con muchas aristas.

**Palabras claves:** Futuro del Turismo, Política del Turismo, Turismo-Fenómeno Social, Geopolítica del Turismo, Ecuador - Turismo Global, Complejidades.

---

\* pedrolongart@hotmail.com

## Introducción

Al momento de escribir<sup>1</sup>, me hago las mismas preguntas que nuestros lectores. ¿A dónde se dirigirá el turismo? ¿Qué podemos hacer en nuestras organizaciones? ¿Cómo afectará la pandemia Covid-19 al Ecuador? Al intentar responder esas preguntas tengo la certeza de poder encontrar respuestas, si se parte de una visión que interprete al turismo como fenómeno predominantemente social.

Se habla de fenómenos post Covid-19, los cuales se estima produzcan una reducción del sector turismo de alrededor del 80% (OECD, 2020). Se asume que el Covid-19 es una amenaza para el mundo y que poco o nada se puede hacer ante ello. Debemos comenzar por replantearnos esa premisa. Ya que, creemos, esta pandemia puede verse como una gran oportunidad. Por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo calcula que 58% de las llegadas internacionales de viajeros será a destinos en Asia y Latinoamérica, entre otras áreas geográficas con países en desarrollo. Esto podría ser muy conveniente para impulsar una visión más humanista de actividades económicas y sociales como el turismo.

Esta crisis debe ser vista como la coyuntura para reformular la actividad en el mundo (OECD, 2020a). Partiendo desde allí, se busca un marco teórico para comenzar este análisis. Desde un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas), las oportunidades deben encontrarse luego de una evaluación del análisis estratégico del ambiente que rodea al turismo en el mundo y, desde ahí, conectar esa evaluación al caso particular del Ecuador. Para ello una simple herramienta es un análisis actualizado de factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales que nos permitan alcanzar propuestas para el futuro. Esto implica un análisis de factores ambientales que afectan a una organización o en este caso a un país (Ülgen y Mirze, 2007). Un análisis de este tipo conlleva dos funciones básicas. La primera es permitir una identificación del ambiente en la cual la actividad económica se lleva a

---

<sup>1</sup> Intentaré ser lo más práctico posible. Sin embargo, como académico al fin, es necesario buscar rigor y sustento en los argumentos. De tal manera que no quiero que se vea como la opinión de un individuo sino un análisis desapasionado y crítico sobre este importante tema.

cabo. La segunda es proveer información que permita predecir situaciones y circunstancias que puedan suceder en el futuro (Yüksel, 2012). Este marco teórico involucra factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales (Song, Sun and Jin, 2017). Para el sector turismo de un determinado país, el modelo PESTEL del ambiente externo puede ser explorado con relación a influencias globales (Kara, 2018).

Un análisis PESTEL es simple y fácil de entender. Sin embargo, es necesario señalar sus limitaciones, de tal manera de mitigar estas potenciales desventajas. Los lectores deben comprender que un análisis tiene validez en las circunstancias existentes en ese momento. Luego, la situación puede cambiar sustancialmente, necesitando un nuevo análisis. Otra palabra de reflexión para nuestros lectores es el no caer en la figura de “parálisis por análisis”. Si bien es importante evaluar el ambiente, una situación como la que se está sufriendo requiere de acciones prontas y puntuales. No tomar decisiones y caer en inacción por esperar “profundos análisis preliminares” pueden causar más daño (Rastogi y Trivedi, 2016).

## **Factores políticos. ¿Globalización, integración o fragmentación de factores políticos?**

El punto de partida para evaluar cualquier fenómeno afectado por la globalización es el factor político. Esto es particularmente válido en el caso del turismo. La voluntad política de los grandes bloques económicos y factores de poder, Estados Unidos de América, Unión Europea, China y Rusia afectarán el futuro de la industria. De igual manera, existen organismos multilaterales, por ejemplo, el grupo de los 7, grupo de los 20 y organizaciones como las Naciones Unidas, que tendrán influencia. Al momento de escribir existe incertidumbre sobre el camino a seguir. Un mundo que está globalizado, un mundo sin fronteras, de repente se encuentra con una situación sin precedentes. Solo hace pocos días, Francia había cerrado sus fronteras con el Reino Unido. El presidente Trump había reescrito lo que era una política globalista y de colaboración de los Estados Unidos. Una política de actuar por sí solos, de la cual se hizo eco el electorado británico

cuando votó por Brexit. Latinoamérica ha seguido esa pauta de poca integración y colaboración entre naciones. ¿Será esa la tendencia a seguir en los años venideros, y debe el Ecuador acomodarse a ese nuevo status-quo? ¿Qué debe hacer un país con limitados recursos en el aspecto político para enfrentarse con una nueva dinámica? ¿Y hasta qué punto un país pequeño en población y territorio puede influenciar estos fenómenos regionales y globales? Esta sección intentará buscarle respuesta a esas preguntas. Es necesario analizar estos bloques o factores de poder por separado y luego encontrar puntos de encuentro y coincidencia. Finalmente, este análisis de factores políticos buscará aclarar si continuamos con un proceso de globalización, afectado por factores políticos atípicos y temporales. O sí, por el contrario, nos estamos desplazando hacia fenómenos de integración regionales. Otra alternativa es la gestación de un proceso político de fragmentación y unilateralismo.

## **Estados Unidos de América.**

### **Política exterior y turismo internacional**

Para los EE. UU. el turismo es una parte fundamental de su economía, generando 15.7 millones de empleos y un total de 2.5 trillones de dólares en su impacto económico. En los últimos años, la política del presidente Trump parece haber cambiado la percepción de los turistas internacionales. De hecho, mucho se ha hablado de un “Trump slump”, una disminución del turismo internacional hacia EE. UU. Las cifras apuntan en esa dirección. De una participación del 13.7% en 2015 se redujo a 11.7% en 2018. (Mzezewa, 2019). Factores como la guerra comercial con China han afectado el flujo de turistas de ese país. Entre 2017 y 2018, cuando se endureció la política comercial hacia China, se experimentó una reducción en el número de visitantes chinos en un 5.7% (Textor, 15/12/2020). Otros factores que afectan son la preocupación sobre la seguridad interna, los hechos de violencia, y los engorrosos y largos procesos para obtener una visa de turismo de entrada a los EE. UU. Este es un aspecto que debe ser considerado por profesionales del turismo. Este es un aspecto que debe

ser considerado por los profesionales del turismo, quienes admiten que se requiere de un ambiente seguro para lograr la prosperidad del sector, y sin embargo, cuando deben encarar los problemas escogen ver hacia otro lado (Tarlow, 2014).

A pesar de los titulares de prensa negativos, la política de estado es de sostenido impulso a la industria turística. EE. UU. puede verse como un ejemplo de políticas concertadas, no aisladas. La primera se refiere a los acuerdos de aviación de cielos abiertos. Esta política es resultado de la globalización en el sector de transporte aéreo, al eliminar la interferencia de los gobiernos en decisiones puramente comerciales, que competen a las compañías de transporte aéreos. Decisiones tales como la estrategia de rutas, precios y capacidad permiten que los consumidores gocen de un servicio más eficiente, conveniente y de bajo costo. Para las aerolíneas el poder formar alianzas les permite una gran flexibilidad operacional (US Department of State, 20/01/17). Países como los Emiratos Árabes Unidos han visto el resultado de esos convenios para el beneficio mutuo de ambos países. En una charla ante empleados de la línea aérea Boeing en Charleston, Carolina del Sur, el embajador de Emiratos en EE. UU., Yousef Al Otaiba, explicó dichos beneficios. Las líneas aéreas de Emiratos han llevado decenas de millones de visitantes a EE. UU., inyectando dólares en muchas comunidades, a la par de crear empleos en los sectores servicios y venta al menudeo.

En el caso de los EE. UU., eso inclina la balanza comercial de forma positiva en 19 billones de dólares (News Media, 05/10/2017). Ese superávit es el tercero en tamaño para EE. UU. y es de considerar que Emiratos es un país de tan solo 10 millones de habitantes y 83.600 kilómetros cuadrados (menos de una tercera parte del territorio del Ecuador). Es necesario mencionar que EE. UU.<sup>2</sup> mantiene convenios de cielos abiertos con más de 100 países. Todos los países de Centroamérica, excepto Nicaragua, son parte de ese convenio. En Suramérica, notables son los casos de Chile, Uruguay y Perú. Ecuador, sin embargo, no es parte de esa lista, a pesar de los esfuerzos a través del decreto 256-2017, y de ciertos avances reportados un año después (Larenas, 2018).

---

<sup>2</sup> EE.UU trata de conseguir un acuerdo con Reino Unido y otro con Japón.



Otro factor que apoya la tranquilidad del pasajero, a la vez que protege la seguridad nacional, es la implementación de tecnologías en las terminales aéreas. El Departamento de Turismo (US Travel) trabaja en un conjunto de medidas para mitigar los impactos negativos del flujo masivo de personas, cuando no se llevan a cabo los controles necesarios. Entre las medidas se cuenta un programa de participación educativa y la implementación de *Real ID*. Eso significa la aplicación de rigurosos estándares para verificar la identificación de personas, incluyendo la detección biométrica (Lyonnet, 2019). El Departamento de Estado trabaja en un proyecto para reducir los tiempos de espera para obtener visas. Al mismo tiempo, existe la intención de agregar más países al programa de exenciones de visas. En cuanto a cooperación multilateral, EE. UU. busca volver a unirse a la Organización Internacional del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO). Esto con la intención de apoyar a la actividad como una generadora neta de empleos, inversiones y emprendimientos, al mismo tiempo de cuidar el patrimonio cultural e histórico de la humanidad (UNWTO, 04/10/2019). Por último, los esfuerzos de marketing para promover a EE. UU. como una marca de destino turístico. El tema de las marcas tiene importantes implicaciones políticas y por ello merece un tratamiento por separado.

### **Marketing de destinos turísticos**

Un interesante debate en los EE. UU. ha aparecido en torno al gasto público para promover destinos turísticos. ¿En realidad, es necesario gastar tanto dinero de los impuestos en esa promoción? Este cuestionamiento se reflejó, por ejemplo, en México, que eliminó por completo el Consejo de promoción turística, como parte de un programa de austeridad económica (Shapiro, 2018). El debate radica en la prioridad de gastos, apuntando, por ejemplo, que en momentos en los cuales deben hacerse ahorros económicos, ese dinero sería mejor invertido en servicios públicos tales como escuelas. En el caso de México, muchos cuestionan el aspecto económico, y lo ven como un perfecto ejemplo de “efectismo político”. Alex Zozaya, del grupo *Apple Leisure Group* dijo: “Cuando tuvieron un problema con el Consejo de Promoción Turística, se dijeron a sí mismos, lo vamos a cerrar.

Es un gran error” (Sampson, 2019). Otro ejemplo es el de Florida, donde el tema del financiamiento de la promoción de destinos turísticos se ha politizado al extremo. Esto podría, además, ocurrir en otras localidades. EL problema es que muchos destinos, sobre todo aquellos que no tengan parques de diversiones o playas famosas, sufrirán mucho más por la falta de promoción (Sampson, 29/04/2019). El propósito es alertar que cuando se trata del turismo, el tomar medidas políticas sin tomar en cuenta el impacto económico puede traer beneficios a corto plazo con los electores. Sin embargo, el resultado puede ser muy negativo para muchas localidades dependientes del turismo, las cuales verán esos potenciales visitantes viajar a otros destinos, al no haber la adecuada promoción.

## Unión Europea. Mercado interno

Para la Unión Europea (UE), el turismo es una actividad económica sumamente importante, la tercera actividad en tamaño, luego del comercio y la distribución y el sector de la construcción. Se estima que aproximadamente el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 12% de los empleos provienen de la actividad turística, siendo la de mayor crecimiento como generador de empleos que cualquier otro sector. Las políticas de la UE han evolucionado en el tiempo y manifiestan un reconocimiento a la creciente importancia del sector. En 1996, ya se reconocían las carencias del plan 1993-1995 y se comenzaron a crear las bases para una política común de apoyo al sector turístico. A pesar de ello, el plan multianual no fue aprobado ese año. Eso indica las dificultades de lograr acuerdos en el sector, particularmente en un organismo multi-estatal como la UE. En el año 2000 se crearon varios grupos de trabajo en torno a diversas áreas del sector. En 2003, se comenzó a crear una plataforma para el turismo sostenible, y un año después el *Sustainable Tourism Group* fue creado. En 2006, el enfoque se centró en las asociaciones estratégicas con tres ejes de acción: cooperación, coordinación e implementación.

En el 2010, la Comisión Europea emitió un comunicado que define un “nuevo marco de acción a fin de reforzar su competitividad y su capa-

cidad para crecer de manera sostenible. A tal efecto, propone una serie de iniciativas de dimensión europea o plurinacional destinadas a hacer realidad estos objetivos” (Comisión Europea, 30/06/2010). Consideramos que este comunicado proporciona una ruta clara, con cuatro ejes bien definidos: 1) Estimular la competitividad del sector turístico en Europa; 2) Promoción de un turismo sostenible y de calidad. 3) Consolidación de la imagen de Europa como destino turístico, y 4) Maximizar el potencial de las políticas y apoyo financiero de la UE para el desarrollo turístico.

Una interesante estrategia es la de lograr sinergias entre destinos y flujos dentro de Europa, incluyendo destinos culturales, lugares naturales, turismo educativo, agroturismo, entre otros. De la misma manera se enfatiza el valor del entrenamiento y la profesionalización de los trabajadores en el sector. Es notable el hecho que existan políticas que aumentan la duración de la temporada turística, con el fin de utilizar de manera más eficiente la infraestructura y el personal del sector. Es interesante también que la Comisión Europea relaciona la calidad de los destinos con la sostenibilidad, por la importancia que se da al entorno natural y cultural y su conexión con las comunidades donde la actividad turística se lleva a cabo. En cuanto a la imagen turística, en Europa, se han resaltado los eventos culturales y deportivos, tales como las “Capitales Europeas de la Cultura”.

A pesar de sus logros, varios autores han enfatizado las limitaciones y carencias de las políticas de la Unión Europea, caracterizándose de oportunista y parcheada. De hecho, al sector de la agricultura se le ha dado mucha más importancia, a pesar de que el turismo genera muchos más beneficios económicos (Estol y Font, 2016). Sin embargo, existe una ambición común de formular una visión unitaria y global para el sector. De igual manera estas políticas revelan transparencia en el manejo del turismo (Aykin, 2012).

### **Contribución externa**

Si bien la Unión Europea tiene un presupuesto de ayudas para países en desarrollo, en la cual algún que otro proyecto turístico puede tener cabida, la mayor contribución ha sido en el área de desarrollo de estrategias y polí-

ticas. En 2012, la Dirección de Desarrollo y Cooperación de la Comisión Europea estableció un proyecto que reconoce las crecientes oportunidades y retos que representa el desarrollo del turismo. El mismo se desarrolló en conjunto con la Organización Mundial del Turismo (UNWTO). Se trata de una hoja de ruta para el turismo sostenible, como un generador de desarrollo, de comercio en el sector terciario de la economía (servicios), la creación de empleos y reducción de los niveles de pobreza en países en desarrollo. Esta hoja de ruta se divide en cinco partes. La primera se refiere al marco de acción con los cinco pilares del desarrollo turístico: el primero se refiere al establecimiento de políticas claras de desarrollo turístico y un marco institucional para la regulación y control del sector turismo; el segundo a los indicadores comerciales de inversión y competitividad que reflejan el progreso del turismo en el ámbito económico; el tercer pilar tiene un alto sentido social, que enfatiza la importancia de generación de empleos decentes y el desarrollo profesional; y el cuarto se orienta aún más al bienestar social y se concentra en los indicadores de reducción de pobreza e inclusión social. Finalmente, el último tiene como fin la búsqueda de la sostenibilidad de los ambientes culturales y ambientales de los lugares donde se desarrolla la actividad del turismo.

El éxito de los planes en los cinco pilares se mide contra cuatro indicadores. El primero se refiere a un análisis de la situación actual en ese pilar. Por ejemplo, se requiere una evaluación de las estructuras de gobierno y su apoyo (o la falta de éste) al sector turismo. El segundo mide las capacidades y destrezas conseguidas en ese pilar; como ejemplo, ¿podemos poner la reducción de la pobreza, existen los técnicos y trabajadores sociales en el área? El tercer indicador registra el nivel en que el descubrimiento de oportunidades y avocación hacia los retos se ha llevado a cabo. Un ejemplo, es el de descubrir oportunidades para el desarrollo de los destinos culturales y resolver problemas que el turismo trae al medio ambiente. Finalmente, está el indicador que se enfoca en el análisis de necesidades y definición de las intervenciones más importantes que deben hacerse. Para nombrar un ejemplo veamos el área de la competitividad. Cuáles son las áreas más prioritarias para su desarrollo y cuáles son las intervenciones oportunas que deben tomarse para aumentarla.

## Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Este organismo multilateral tiene una gran importancia por las iniciativas regionales que desarrolla. La OCDE tiene 37 países miembros que mantienen un intercambio de opiniones y de buenas prácticas que facilitan una evaluación comparativa entre países en un área geográfica o entre áreas geográficas. En Latinoamérica, los nuevos miembros son México (1994), Chile (2010) y Colombia (2020). Costa Rica pronto se unirá a este grupo de naciones. Ecuador, a pesar de no ser miembro puede participar en diferentes capacidades de asociación.

La OCDE publicó un documento muy importante que se enfoca en los efectos de la pandemia sobre el sector turismo en el mundo. Se establecen políticas específicas para la recuperación paulatina de la actividad. Por ejemplo, se indica la necesidad del desarrollo de pequeñas localidades rurales que compensen de alguna manera la reducción de destinos sobresaturados. Se muestra el ejemplo de la región del Véneto en Italia, donde gran cantidad de turistas se desplazan de Venecia hacia esas localidades con gran potencial, pero menos conocidas. Por otra parte, los destinos con mayor popularidad deberán reformular políticas para atraer turistas, a la par de mantener medidas sanitarias tales como el distanciamiento social. Clave en la recuperación es el mantenimiento de la infraestructura turística para que se mantenga operativa una vez la crisis concluya. Por otra parte, se recomienda que las organizaciones que manejan destinos turísticos deben manejar y transmitir información oportuna y actualizada a través de sus páginas web. La apertura del sector turístico debe hacerse con mucha cautela, porque el turismo puede convertirse en un vector para acelerar la pandemia. Si eso sucede, la confianza de los gobiernos y comunidades sufrirá de tal manera que podrían surgir resistencias al flujo de turistas por algún tiempo.

La OCDE alerta que el retorno a la normalidad después de la crisis es improbable. Se necesita que quienes formulan políticas aprendan de esta crisis para lograr un sector turístico más fuerte y resistente con vistas al futuro. La respuesta debe ser coordinada con todos los niveles y con apoyo

económico de los gobiernos a las organizaciones del turismo más vulnerables. Se espera que los gobiernos y el sector privado salgan fortalecidos de la crisis. Para ello una evaluación de riesgos y mecanismo de respuesta son necesarios; la cooperación y coordinación eficiente entre países con la participación de organismos multilaterales son esenciales para una reactivación del sector mediano plazo. En este caso cabe hacer notar que las acciones de un país tienen implicaciones en otros países, en lo que se refiere a turistas y negocios que dependen del turismo.

## **Factores económicos**

Cuando se discute sobre turismo, muchos gobiernos mencionan su importancia para la economía de un país. Pero, cómo contribuye el turismo a la economía de un país. Y en caso de que el turismo sea afectado como es el caso de la crisis sufrida por el Covid-19, podría otra industria compensar las pérdidas en el sector turismo. Esta sección busca explicar desde un nivel muy sencillo, como la economía funciona, desde qué se entiende por PIB y la importancia de reducir tasas de desempleo, así como la importancia del turismo para lo que se conoce como la balanza de pagos de un país.

### **El turismo y su contribución al PIB**

El PIB se refiere al valor monetario de todos los bienes y servicios (terminados) que se producen en un país dentro de un período específico, normalmente un año. Ese año se subdivide en trimestres. Se considera que el PIB es una medida de la salud económica de una nación. Si aumenta, entonces se habla de crecimiento económico. Si se reduce en dos trimestres consecutivamente se habla de recesión. Una recesión muy severa, por largo tiempo, se denomina depresión económica. Sin embargo, el concepto de PIB como un indicador válido para medir el bienestar no está libre de críticas. Por ejemplo, dicho muy simplemente, si consumimos combustibles fósiles y vehículos que contaminan, si bien esto contribuiría positivamente al PIB, es importante advertir también sus efectos negativos, como los

efectos sobre el cambio climático y la disparidad de ingresos entre ricos y pobres (Kapoor y Debroy, 2019). No obstante, dada su popularidad y la necesidad de ser breve, nos concentramos en esta medida tradicional de crecimiento económico.

El PIB se constituye de varios factores, en esta simple fórmula:

$$\text{PIB} = \text{Consumo} + \text{Gastos de Inversión} + \text{Gasto Fiscal (Gobierno)} + \text{Balanza Comercial}$$

$$\text{Balanza Comercial} = \text{Exportaciones} + \text{Importaciones.}$$

Vamos a separar los factores de esta fórmula y relacionarlos con el turismo como actividad económica.

Gastos del consumidor (Consumo) se refiere a personas u hogares que gastan en bienes y servicios. Si esas personas viajan a otra localidad dentro del país y pagan transporte, se alojan en un hotel, hacen uso de restaurantes, visitan parques temáticos, etc., entonces están contribuyendo al PIB. Para ello se necesita que el nivel de ingresos sea adecuado y que gocen de tiempo libre para que las personas puedan participar de actividades consideradas como turísticas. Luego están los gastos de inversión de la empresa privada. En este sentido las aerolíneas compran aviones, las empresas hoteleras construyen hoteles y compran activos fijos.<sup>3</sup> En lugares turísticos, la participación del gobierno es sumamente importante. El gobierno construye y mantiene aeropuertos, vías de comunicación y en fin toda la infraestructura que la población necesita.

Por último, y muy importante para el PIB de muchas naciones es la balanza comercial. Un viajero internacional a un país se considera un servicio de exportación, un viajero de un país hacia otra nación se considera una importación<sup>4</sup>. Algunos países como Turquía pueden tener una balanza comercial negativa, y los ingresos por concepto del turismo pueden reducir

---

<sup>3</sup> En algunos lugares del mundo la industria de la construcción se mueve alrededor del sector turismo.

<sup>4</sup> En la fórmula del PIB: Consumo + Inversión + Gastos del Gobierno + Balanza Comercial, la balanza comercial son las exportaciones menos las importaciones. Un turista internacional se considera una exportación (en este caso un servicio que se exporta, no un producto). Su contribución es importante porque atrae divisas y contrarresta el efecto negativo de las importaciones (las cuales son necesarias también).

ese déficit hasta un 14%. Por dicha razón, en los países en desarrollo se recomienda apoyar y desarrollar la industria del turismo. La sociedad en estos países debe por lo tanto reconocer el favorable impacto económico del turismo, y los gobiernos juegan un papel fundamental en la información de este hecho a sus conciudadanos (Celik et al., 2013). Con ello se puede ver que el turismo afecta cada uno de los factores que contribuyen al PIB, consumo, inversión, gasto fiscal y balanza comercial.

La contribución de la actividad turística había crecido hasta el año 2020. En 2019, el sector creció un 3.5%, superando al de la economía general, que fue del 2.5%. Esto ha sido un factor constante desde 2010, y refleja la importancia del sector para la economía global, que se tradujo en un 10.3% del PIB en el mundo (World Travel y Tourism Council, junio 2020). Sin embargo, algunas áreas del planeta tienen mucho más crecimiento que otras. El Medio Oriente creció más del 8%, en Asia-Pacífico un 5% y en Europa un 4%. Tristemente, en Latinoamérica se experimentó una reducción del sector. Las cifras para este año marcado por Covid-19 pueden considerarse un choque económico. En 2020, la pérdida del PIB ha sido del 43% con respecto a 2019 (cifras de noviembre 2020), se estima pueda llegar a un 53% (World Travel y Tourism Council, junio 2020).

Los líderes políticos y sus asesores económicos se preguntan sobre la seriedad de la crisis a futuro, y si esto traerá consecuencias estructurales a la industria del turismo. Tampoco se conoce con certeza las verdaderas cifras, ni que tan seria resultara ser la recesión debido al Covid-19. Menos aún se da por cierto un plan de recuperación post Covid 19 (Aburumman, 2020). Por todo ello se necesita valentía para trazar planes y estrategias que permitan salir de la crisis.

### **El turismo como generador de empleos**

Un factor que se asocia con la salud económica de un país son las tasas de desempleo, que tiene además altos costos sociales. En primer lugar, las personas desempleadas tienen menores ingresos ya que viven a expensas de ayudas del Estado o de otras personas. Eso afecta su capacidad de consumo y por ende al PIB. Además, existe un costo social asociado. Las personas



desempleadas sufren daños psicológicos en su autoestima, y se conoce que altas tasas de delincuencia, abuso de alcohol y otras drogas se correlacionan con áreas de alto desempleo. El turismo tiene además la peculiaridad de contribuir al emprendimiento por su naturaleza estructural de pequeñas y medianas empresas (Pymes). Ofrece oportunidades a muchas personas, sin distinción de género, edad, religión, y de etnias minoritarias. De hecho, 54% del empleo en el sector es femenino, comparado con el 39% globalmente (WTTC, 2020). La actividad generó 330 millones de empleos en 2019, aproximadamente 1 de cada 10 empleos globalmente (World Travel y Tourism Council, 2020).

El impacto de Covid-19 sobre el empleo ha sido significativo. Se estima que un total de 121.1 millones de empleos se verán afectados, además de las Pymes. Por consecuencia, los pequeños empresarios, mujeres y las minorías sufrirán desproporcionalmente estos efectos negativos.<sup>5</sup> Sin embargo, compensar la pérdida de empleos del sector turismo resultará muy difícil. Por dicha razón, países como el Reino Unido y Europa han introducido medidas como las ayudas directas al desempleo (*furlough*). El sector turismo ha estado trabajando sin descanso para proveer ayuda financiera a sus empleados. Una muestra de ello es el esquema introducido por la cadena Accor en la cual crearon un fondo de 70 millones de Euros, un equivalente al 25% de los dividendos de la empresa para asistir financieramente a los empleados afectados. La cadena Hyatt ha logrado que los ejecutivos de alto nivel acuerden un recorte del 80% de sus salarios para distribuir entre colegas que han perdido temporalmente su empleo (WTTC, 2020). La empresa consultora Mc Kinsey pronostica que tomará de 4 a 7 años lograr que la demanda turística retorne a los niveles de 2019. En consecuencia, se evidenciará un exceso de capacidad a mediano plazo. Este periodo de baja demanda significó un cambio en el financiamiento del sector turismo, una industria que genera 9 trillones de dólares americanos (US\$). Sin embargo, las políticas de subsidio al sector serán difíciles de mantener por muchos años. Eso obliga al sector privado y a los gobiernos a repensar cómo se llevará a cabo el financiamiento. Se necesitan medidas innovadoras, quizás nunca vistas (Constantin, et al. 2020)

---

<sup>5</sup> Está claro que eso ha creado oportunidades en otros sectores, tales como Uber.

## Efecto sobre países en desarrollo

Mucho peor es el efecto que el Covid-19 ha generado sobre los países en desarrollo, particularmente en aquellos que dependen del turismo. En Macao, la contribución del turismo al PIB es de 91.3%, en Aruba es el 73.6%, y para las Bahamas es del 43.3%. Este efecto negativo no solo ha repercutido en pequeñas naciones del Caribe y en el área Asia-Pacífico, también a países con una economía más diversificada. En México la contribución del turismo al PIB es de 15.5%, en Tailandia es 19.7%, en Filipinas es del 25.3%, y en Brasil es del 7.7%. El impacto hacia esas economías es considerable y una acción concertada es necesaria. De lo contrario las repercusiones serán devastadoras (Development Aid, 29/10/2020). Algunas soluciones tales como atraer a los ultra-ricos que puedan disfrutar la cuarentena desde sus yates, o la de invitar a personas a estar en estas localidades mientras pueden trabajar virtualmente desde estos paraísos tropicales (Behsudi, 2020) no parecen ser suficientes. Se necesita mucho más que esto, así de severo es el problema. El Secretario General de la Comunidad del Caribe (CARICOM), Irwin Lacroque, expuso la gravedad del asunto: “No hay manera que podamos salir de este hoyo en el que hemos caído”. Este grupo de naciones ha estado solicitando apoyo financiero de naciones amigas y organismos financieros internacionales de tal manera que revisen sus criterios para dar ayudas. Se propone un Índice de Vulnerabilidad Universal para determinar la adecuación de países para tener acceso a esos recursos. (Caricom, 2020).

Es de recordar que muchas de estas naciones han sufrido ajustes económicos y estaban en camino a la recuperación cuando la crisis comenzó. Un ejemplo de esto es Barbados, que mantuvo un programa económico que consolidó su posición fiscal. El Fondo Monetario Internacional aumentó su ayuda en más de 90 millones de dólares, cerca del 2% del PIB, para mitigar la caída de ingresos. Sin embargo, medidas parciales como estas no serán suficientes. Kevin Greenidge, asesor financiero de la Primera Ministra de Barbados Mia Mottley, alerta: “mientras más tiempo esto dure, más difícil será mantener el programa de recuperación que emprendimos” (Behsudi, 2021). Para el FMI, esta crisis representa un reto nunca visto. Boriana Yontcheva, jefe de la misión del FMI en Seychelles, otra nación

cuyo PIB es altamente dependiente, afirmó que a raíz de la inmensa incertidumbre sobre la recuperación del sector turístico, se necesitan políticas estructurales innovadoras para poderse adecuar a lo que serán las nuevas realidades (Behsudi, 2021).

Seguidamente discutiremos algunas posibles salidas que se han ofrecido para revitalizar el sector. Varias de ellas serán presentadas en esta sección y en las secciones de factores ambientales y tecnológicos. Sin embargo, es de hacer notar que muchas de estas recomendaciones tienen como primera audiencia al mundo desarrollado. Por ello, la cooperación de estos países, directamente o a través de organismos multilaterales. En vista de todo esto, se necesita una voluntad política para resolver el tema económico.

### **Hacia un nuevo comienzo**

Wyman (2020) ofreció varias soluciones que pueden verse desde el plano económico. En primer lugar, la co-creación de soluciones entre el sector público y el sector privado. Las lecciones adquiridas deben compartirse y las soluciones a la crisis deben ser concertadas e implementadas en conjunto. De otra parte, estas soluciones deben ser tomadas desde una perspectiva estratégica, que abarque muchos sectores, la participación ciudadana, y a un largo plazo. No puede corresponder a la política del partido de turno, o a un individuo o grupo de individuos. Para los negocios nada puede ser más negativo que repentinos cambios de política. Un ejemplo de esta colaboración se evidencia en Australia. En ese país, el gobierno y el sector privado se reúnen para considerar riesgos a futuro, retos, diseñar marcos de acción y ensayan escenarios de respuesta a la crisis.

En un escenario global, se recomienda comenzar por el turismo doméstico, luego seguirán los viajes de corto-alcance, principalmente entre regiones, y finalmente el tránsito de pasajeros internacionalmente. En primer lugar, deben incentivarse los viajes domésticos y regionales a través de campañas de mercadeo. El fin es atraer e inspirar a los residentes a visitar destinos y atracciones turísticas cerca de sus lugares de residencia. Esta es la política adoptada por Arabia Saudita e incluye a todos aquellos proveedores de servicios tales como centros comerciales, hoteles, parques, atracciones tu-

rísticas, hoteles y restaurantes. De igual manera se debe aumentar la demanda a través de incentivos tales como seguros especializados, vacaciones subsidiadas, garantías para el cuidado médico en casos de emergencias. También se puede lograr a través de incentivos directos como el que se aplicó en el Reino Unido, cuyo esquema *Eat Out to help out* (comer fuera para ayudar) fue muy exitoso., tanto que los restaurantes decidieron continuar con el programa por su cuenta, luego que los subsidios del gobierno terminaron (Lawry, 2020).

## Factores sociales. Evolución de la demanda turística

Esta pandemia ha cambiado los comportamientos de los viajeros. Estos se inclinan hacia lo más predecible, más confiable y de bajo riesgo. Es imposible predecir a ciencia cierta si esta tendencia se mantendrá en el tiempo<sup>6</sup>. Por ejemplo, las medidas de seguridad antes de embarcarse a los aviones se hubiesen visto con rechazo antes del 11 de septiembre de 2001 y ahora es parte de la rutina al viajar. Una vuelta a la normalidad podría tomar varios años, aunque la mayoría de las personas se acostumbrará y adaptará su comportamiento (Poon, 2020).

El cambio más importante sobre las preferencias de los viajeros es el de viajar a destinos menos exóticos y lejanos. Se pronostica que la demanda se acentuará hacia los destinos más cercanos y regionales. A esto nos referiremos en la sección dedicada *staycation*. Los negocios que dependen del turismo se están adaptando a esta nueva normalidad. Se necesita una conexión más fuerte con las comunidades para comenzar un proceso de co-creación. Esa combinación de evitar multitudes y el reconocimiento de la importancia de las conexiones interpersonales ha llevado a aumentar la demanda por viajes que buscan la autenticidad, la aventura y el apoyo a comunidades locales (Wyman, 2020).

Otro factor social a considerar es el efecto sobre el ingreso y el cambio hacia una demografía donde las personas, en promedio, tengan menos ingresos, provocando que los turistas se orienten a destinos cercanos y de

---

<sup>6</sup> En nuestra opinión, existen puntos de inflexión en la historia mundial que afectan al comportamiento de la humanidad.

menor costo. Todo esto nos lleva a pensar que el proceso de globalización pueda sufrir un retroceso. De un mundo sin fronteras que se había reducido en tamaño en la percepción de los turistas hacia un nuevo mundo, a este nuevo, en el que los viajeros tratarán de pasar más tiempo en un destino no muy lejano de sus hogares.

De la misma manera, el de las personas mayores de 60 años, quienes generalmente tienen un mayor poder adquisitivo y tiempo para disfrutar del turismo, verá una reducción en la demanda y un cambio en su comportamiento. Algunos comprarán más boletos de primera clase, o comprarán asientos vacíos (3 asientos para dos personas). Los hoteles comenzarán a promover la idea de cuidados médicos como parte de la oferta (Horowitz, 2020).

Por otra parte, las generaciones jóvenes gozan de mayor flexibilidad que los mayores, porque viven solos, en su gran mayoría. Por ello el riesgo de exponer a otras personas al virus una vez que retornen a casa es mucho menor. Este riesgo de infectar a otro se cuenta como una de las mayores preocupaciones de los viajeros. Se estima que la recuperación del sector estará directamente relacionada con la percepción de riesgo. En ese sentido, se pronostica que los primeros mercados en sobreponerse serán los de montañistas, mochileros y viajeros que buscan aventuras y destinos naturales. Otros lugares serán las playas, pueblos pequeños y áreas rurales. Es una oportunidad para mercados “nicho” tales como turismo de comunidad y viajes de ciclismo. No solo se trata de que estos viajeros no buscan multitudes, sino una inmersión con la naturaleza. El otro sector que verá recuperación es el de familias más jóvenes, con padres, con edades entre 25 y 40 años, con hijos. Esta preferencia al viaje familiar se ha denominado “*togetherring*” o “sentido de estar juntos”, y se evidenció después del 11 septiembre de 2001 y a raíz de la crisis financiera de 2008 (Wyman, 2020).

### **El renacer de la demanda interna (staycation)**

La tendencia a los viajes de cercanía se evidencia en países generadores de turismo como en China, donde habiendo sido uno de los primeros en reanudar la actividad turística el 77% de los viajeros chinos. Esta referencia

parece replicarse en muchos países. En EE. UU. la preferencia aumentó de 58% en el 2019 a 71% en 2020. En general, a los turistas les preocupa frecuentar lugares muy concurridos, debido al temor a la infección y a tener que estar en cuarentena en un país extraño.

La elección por destino turísticos, como ya mencionamos, se hizo más evidente a partir de la crisis económica del 2008. El fenómeno fue llamado *staycation* y pasó a ser objeto de estudio de los académicos (Papatheodorou et al, 2010; Pawłowska y Matoga, 2016; Andriotis, 2018). Lindström (2020) estableció una conexión entre el creciente interés de la población por el fenómeno de la economía compartida. Esto refleja la “localización” del producto turístico, en la cual los turistas buscan experiencias más auténticas.

En un estudio de *staycation* en Suecia, Rosu (2020) identificó varios beneficios del viaje doméstico. Los turistas ven un beneficio en el desarrollo personal, a través de *hobbies* y actividades culturales. De igual modo los turistas perciben un beneficio al recompensar a las comunidades locales, se trata de ayudar a la sociedad.

Una idea para estimular la demanda interna; el único mercado que algunos operadores turísticos tendrán por algún tiempo; es el de incentivos directos a través de *vouchers* de consumo o “*staycation vouchers*”. Se trata de impulsar esa demanda a través de subsidios del gobierno. Sin embargo, esto trae muchas preguntas y dilemas. ¿Hacia quién se dirigirán esos subsidios; ricos, pobres o la población en general? ¿Cuáles serán los factores multiplicadores de beneficios hacia la comunidad? A pesar de limitaciones y problemas, el gobierno de Eslovenia estableció esta política con éxito, mayor aún que la reducción del IVA en los negocios del turismo (Cvelbar y Ogorevc, 2020).

## Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos en la industria del turismo están relacionados con otros factores. El primero es el económico, el que trataremos como digitalización de la industria. El segundo aspecto está relacionado con el medio ambiente y trata de las nuevas tecnologías del transporte. Las trataremos por separado.

## Digitación

Este proceso que no es nuevo, lleva varias décadas, muy probablemente se impondrá como tendencia en el futuro. La informática para pronosticar demanda y para el manejo de la masificación y el exceso de turismo (*over tourism*). Los turistas usarán de manera más habitual la inteligencia artificial, el Internet de las Cosas, la realidad virtual, el consumo virtual y el uso de servicios y productos turísticos. Esto, a su vez, generará movilidad inteligente, impulsando el transporte sostenible. Se necesitan acciones concretas para apoyar la investigación, la educación y cooperación en la implementación de soluciones de informática, de tal manera que su uso sea común en destinos turísticos y los negocios relacionados al turismo en esos destinos. Muy en particular se necesita un sistema de control para la identificación de cambios en el ambiente turístico y las tendencias de la oferta y demanda. Luego, se la regulación de los propietarios que manejan la “*big data*” para que esa información sea transparente y segura. En tercer lugar, se necesitan regulaciones sobre el uso de la inteligencia artificial y robótica, sujeta a los principios de respeto a los derechos humanos y la democracia, con el fin de proteger la privacidad y evitar el uso indebido de la información. Por último, es imprescindible un marco legal para la economía compartida. De ello se tratará en mayor detalle en la discusión sobre factores legales (Ferrer-Roca et al, 2020).

Uno de los impactos tecnológicos que afecta a la industria es la adopción de las videoconferencias, que crecieron cerca del 85% entre enero y abril de 2020. Esta tendencia no se limita a generaciones jóvenes. Sin embargo, esa adopción podría apoyar la recuperación del sector de eventos. Se pasaría de modelos de eventos con presencia física a un modelo híbrido. Por ejemplo, un evento que atendía a un número determinado de personas físicas, podría pasar a atender al doble o triple de asistentes virtuales. Este cambio se ha reflejado también en las Pymes que no tenían una página *web* antes de la pandemia y ahora la tienen. Esta revolución digital ha causado que los consumidores sean más dependientes de la tecnología para recibir recomendaciones en el sentido de tratar de minimizar interacciones con otras personas. El incremento en el uso de realidad virtual, concretamente,

ha impulsado a compañías de safari a ofrecer *tours* virtuales. Los parques nacionales, como Yellowstone y más de 2000 museos en el mundo, ya han comenzado a implementar la realidad virtual. El aumento de este tipo de turismo incrementará y será parte de los procesos de venta y mercadeo en los mayores destinos mundiales.

Otro aspecto que se ha desarrollado notablemente es de las tecnologías sin contacto (*contactless*) que reducen el roce con superficies y otras personas. En los restaurantes se ofrecen menús virtuales y se usan los teléfonos móviles para registrarse en los hoteles. Además, se agrega la respuesta del sector público, con la introducción de puertas virtuales (*e-gates*) para la identificación de pasajeros en los aeropuertos (Wyman, 2020). Y, en el sector privado, las innovaciones en las prevenciones sanitarias tales como imágenes térmicas. Los hoteles se han unido a los aeropuertos en la introducción de atomizadores electrostáticos para desinfección.

Cabe destacar que la introducción de tecnologías digitales puede traer retos para comunidades rurales y remotas. La falta de recursos económicos puede afectar cualquier esfuerzo en promover estos destinos. Esas falencias deben resolverse especialmente en la fase de recuperación de la demanda. Es importante que los gobiernos inviertan en la infraestructura digital que se requiere, así como en educar y entrenar a las comunidades locales sobre el uso de esas tecnologías. En Colombia, el Ministerio de Comunicaciones se asoció con Skynet para incrementar la cobertura de los servicios de internet en aquellas regiones con la más alta incidencia de Covid-19. De igual manera, en España y México, se mejoró la conectividad en las ciudades pequeñas. Una combinación de *hotspots* con Wifi e internet de banda ancha ha mejorado la telemedicina, ha permitido el teletrabajo e incrementado la comunicación social. Con ello el gobierno en esas regiones puede continuar la promoción de esos destinos turísticos.

### Transporte terrestre y aviación civil

Los viajes en autobús y por ferrocarril representan el 34% de todos los viajes, causando el 13% de las emisiones de CO<sub>2</sub> globales. Mientras los viajes en avión representan el 17% pero causan el 40% de todas las emisiones de



CO<sub>2</sub> de dichas emisiones (Hall, 2009). Eso indica la necesidad de reducir el impacto de la aviación, que es aún más significativo si se lo compara con la emisión promedio anual de CO<sub>2</sub> de una persona; 4.3 toneladas y 9 en promedio en la Unión Europea (Peeters et al., 2007).

En el área de transporte terrestre se nota progreso en el uso de energías alternativas. Hua (et al., 2014) concluyen que los estudios de comercialización para autobuses eléctricos son exitosos. Los modernos sistemas de transporte en varias ciudades indican el potencial que este sector tiene. En el área de ferrocarriles, se han visto avances, particularmente en energía solar. Por ejemplo, en países como Pakistán se ha sugerido usar el potencial de ese tipo de energía (Jaffery et al., 2014).

Hasta ahora se han visto incrementos, de año en año, en el número de vuelos y con ellos las emisiones de dióxido de carbono producidas. El problema en la aviación es la búsqueda de combustibles alternativos, lo cual se ha conseguido en otros modos de transporte. En 2017, una investigación de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), pronosticó un aumento de un promedio de 3.8% interanual en los próximos 20 años. Ello significa que el número de vuelos será el doble de lo que es hoy. En una nota positiva también se estima que ese crecimiento se verá acompañado de un aumento en la eficiencia en el sector de la aviación civil. El Banco Mundial se ha trazado la meta de alcanzar un aumento en la eficiencia del 2% cada año (Dominković et al., 2018). Los nuevos aviones de Boeing y Airbus, asimismo como otros fabricantes, ya han logrado alcanzar los límites requeridos. Una de las estrategias ha sido mezclar combustibles biológicos (*biofuels*) con gasolina de aviación (kerosene); logrando reducir el contenido de hollín, vapor de agua y sulfatos en los ductos de escape. Otras estrategias son reducir el contenido de azufre y cambios en los motores para que reduzcan estas partículas; y la planificación de los vuelos, cambios en la altitud, por ejemplo. Esta última no está libre de riesgos porque puede causar problemas de congestión o demora de vuelos, que aumentan las emisiones de CO<sub>2</sub> (Environmental and Energy Study Institute, 17/10/2019).

## Factores ambientales

En la sección anterior, los efectos de los viajes por avión fueron discutidos. Sin embargo, no es el único impacto que el turismo tiene sobre el medio ambiente. También deben considerarse y mitigar los impactos sobre el suelo. La mayoría de las alteraciones se deben a la infraestructura de transporte (carreteras, vías férreas, aeropuertos) que representan el 97%, mientras el 1% es atribuido a la infraestructura de la hospitalidad. Es de hacer notar que el impacto es mayor en lugares de costa (Hall, 2009). Otro efecto negativo es el de intercambios de biota y enfermedades de plantas y animales de un lugar a otro. Esta invasión no tiene precedente y es una forma única de la manifestación de un cambio global (Ricciardi, 2007). Por ejemplo, el pangolín, con su conocida relación con la epidemia del Covid-19, que continúa siendo uno de los mamíferos cuyo comercio ilegal está en alza, se estima que más de 228 toneladas se han vendido ilegalmente entre 2016 y 2019 (Nuwer, 2020).

El crimen ambiental incluye el tráfico de especies naturales y delitos ecológicos; que se estiman en 260 billones de dólares y crecen un 7% anualmente (Wyman, 2020). Por dicha razón la necesidad de los controles de bioseguridad en los aeropuertos. De lo contrario, las consecuencias negativas continuarán. Entre esos efectos negativos se cuentan amenazas económicas y ambientales de más de 120.000 especies extrañas que han invadido 6 países y causado 314 billones de dólares de daños (Pimentel et al., 2001).

Esta pandemia ha resaltado más que nunca los efectos de la actividad humana sobre el medio ambiente, particularmente la actividad del turismo. Las impresionantes mejoras en la calidad del aire, desde ver cielos azules en lugares usualmente contaminados, aguas impolutas en Venecia o mantarrayas en canales de Dubái. La disminución en el uso del transporte, de la actividad industrial y en la demanda por electricidad causó una disminución del 8% de emisiones de CO<sub>2</sub> en el año 2020. Sin embargo, no debemos sentirnos alegres porque los efectos en otras áreas han sido severamente negativos.

Por otra parte, ha habido otros impactos. En algunas comunidades se ha visto un aumento de la caza y la pesca ilegales. Esas comunidades

son tan frágiles que con el fin de sobrevivir han tomado esas prácticas que afectan la fauna y el medio ambiente. En realidad, en estos lugares el turismo juega un rol primario en la sostenibilidad de áreas protegidas; habiendo contribuido 344 billones de dólares a la economía global en el año 2018. Esta contribución ha sido, además, la justificación para el impulso de parques nacionales y áreas protegidas, consideradas parte de la reserva mundial de conservación (Hall; Lew, 2009). Esta área ha aumentado considerablemente desde 1962 cuando solo había 1.000 áreas protegidas, actualmente esa cifra es casi 17% de la superficie terrestre (Protected Planet, 2019). Esto indica que la actividad turística no puede considerarse, en lo general, como ventajosa para el medio ambiente. En realidad, está por detrás de muchas otras actividades económicas y el emprendimiento de soluciones. Este predicamento, expuesto por Martens y Spaargaren (2005), sigue vigente y a pesar de todas las iniciativas queda mucho por hacer en la protección al medio ambiente.

El turismo, como cualquier tipo de actividad económica, tiene sus ventajas y desventajas (Gössling et al. 2009). Por lo general, se tiende a resaltar su contribución positiva con el ecoturismo y su impacto en el desarrollo económico de las comunidades, sin embargo, no debe olvidarse que también tiene un impacto negativo al que se debe prestar máxima atención. La actividad turística incluye no solo el destino, también la región que abandona el turista y las regiones de tránsito. Por ejemplo, un turista americano que visite al Ecuador afecta: la región donde vive, desde donde parte, los aeropuertos y lugares de tránsito, ya que es muy posible que necesite vuelos de tránsito, y los lugares de tránsito donde pernoctar. Sin embargo, en la mayoría de los estudios todos estos impactos se ignoran. En ese sentido, la humanidad debe tomar conciencia sobre la importancia del turismo responsable, particularmente el ecoturismo. Y a la hora de hacer un balance sobre sus efectos se deben considerar todos los factores de una manera holística.

Se estima que los consumidores presten más importancia a aquellas marcas y proveedores de servicios que promuevan sus iniciativas para reducir su impacto ambiental. Los gobiernos y destinos turísticos deben capitalizar este creciente interés por la sostenibilidad. De hecho, ya había sido

una prioridad en el sector y se deben renovar los esfuerzos por cumplir la meta de conseguir una neutralidad en las emisiones de CO2 antes de 2050. Existen ejemplos alentadores: el aeropuerto internacional de Dallas (Dallas Fort Worth International) usa fuentes eólicas para el 100% de su energía. Asimismo, gas natural renovable en sus autobuses, lo que le ha permitido reducir sus costos en más de 30% en los últimos 7 años; la cadena Hilton ha reducido sus gastos de energía en un 22%, de agua en 22% y desperdicios sólidos en un 30%. Otra cadena hotelera, Iberostar ha erradicado el uso de plástico no reciclable, evaluado y reducido el impacto de líquidos limpiadores y el impacto ambiental en la compra de insumos tales como alimentos. Se requiere de un esfuerzo integral, de varios actores, como el público, privado, académicos, grupos de protección ambiental, de consumidores, destinos y operadores turísticos. Se requieren crear acuerdos de entendimiento y guías a seguir. Estos documentos serán discutidos en la próxima sección.

## Factores legales y éticos

Mundialmente, el marco legal de las políticas estatales para el turismo está lleno de contradicciones y confusiones. No debe tomarnos por sorpresa, pues, que las leyes y políticas para regular la actividad reflejan las tensiones presentes en la sociedad (Simpson y Simpson, 2010). Por un lado, se necesitan leyes para proteger al consumidor de inescrupulosos operadores turísticos. En este sentido, el consumidor también necesita protección si el proveedor del servicio se declara insolvente. En la Unión Europa tienen regulaciones que obligan a los Estados miembros a implementar algún sistema legal que garantice compensación al consumidor en caso de insolvencias por parte del proveedor del servicio turístico (Fauré; Weber, 2014). También se necesita proteger al medio ambiente, tan afectado por la actividad como se indicó en la sección anterior. Igualmente, el turismo no debe ser un factor perturbador para la autenticidad de una ciudad, ni de su cultura y tradiciones. De otra parte, se necesita un marco jurídico que dé confianza al inversionista y motive la inversión en un negocio que

puede considerarse riesgoso y de temporadas. En el Reino Unido, el equivalente al Ministerio de Turismo en muchos países (*Department of Culture, Media and Sport*), trazó su estrategia para el nuevo milenio en 1999. En ese documento se enfatizan los beneficios económicos del turismo, sin embargo, también aclara que debe hacerse de una nueva manera, más sostenible, con respeto al medio ambiente. La planificación turística en el Reino Unido es descentralizada, llevada a cabo por las autoridades locales. La política nacional propone que las autoridades que implementen políticas entiendan las necesidades del sector y aseguren los permisos legales para el desarrollo y construcción de la infraestructura turística, para que no sean un obstáculo al crecimiento del sector. De igual manera, se motiva a los emprendedores del turismo a entender la necesidad de regular el sector y lograr su participación y acuerdo. Aunque descentralizada, la política del gobierno propiciaba un esfuerzo nacional coordinado con un ente nacional de planificación turística.

Uno de los aspectos en el que es necesario llegar a un acuerdo es en el área de las leyes laborales. Se debe encontrar un balance entre un nivel mínimo de protección a los trabajadores, sin que ello afecte el crecimiento y la posibilidad de supervivencia de las empresas en este frágil sector de la economía. Las empresas deben sentirse bien contratando personal de una manera flexible, cuando sea necesario. Al mismo tiempo, debe haber medidas de protección como al desempleo (*furlough*). Para ello se necesita la participación tripartita de empresarios, trabajadores y gobiernos para llegar a un acuerdo. Francia es un país bien conocido por la protección laboral y fortaleza de sus sindicatos obreros. Pero inclusive en Francia, el país tomó medidas tempranas para ayudar a los empresarios del sector, implementando una indemnización de “actividades parciales”. Si un empresario reduce actividades en un 70% es claro que no podría pagar los salarios. Digamos que si la nómina de un empresario es de 10.000 euros y sus ingresos se reducen en un 70%, luego debería pagar solo 30% de la nómina, en este caso 3.000 euros, el gobierno paga el resto, y así la nómina no se afecta. Al mismo tiempo, las empresas pueden forzar a los empleados a tomar vacaciones pagadas y aumentar el horario laboral para ciertas actividades (Wyman, 2020).

Se ha demostrado que dentro un marco legal eficiente que incluya derechos de propiedad, el sistema judicial puede proteger rápidamente los derechos civiles y los de las propiedades individuales. Por consiguiente, enfatizar la necesidad de tener derechos de propiedad bien definidos, especialmente hacia propietarios extranjeros, es una política de gran significado para promover el turismo. La mejora de la institucionalidad puede atraer más turistas extranjeros y generar desarrollo sostenible del turismo. (Gozgor et al, 2019). Es importante tomar en cuenta que los aspectos legales cambian con los tiempos y deben ajustarse a las circunstancias. Por ejemplo, ciertos tipos de turismo representan tremendos retos desde el punto de vista legal. El turismo espacial, por nombrar un tipo, no está cubierto por las leyes tradicionales que cubren el espacio, especialmente, en lo que se refiere a responsabilidades civiles (Hobe, 2010). Otros tipos de turismo tienen también sus retos y problemas muy particulares. Tomemos, por caso, el turismo médico. En el pasado este turismo era de poco valor con pocos turistas de países en desarrollo viajando a países desarrollados. La tendencia se ha revertido debido a los costos y las listas de espera en países como el Reino Unido para recibir tratamiento especializado. Eso ha hecho que surjan muchos destinos para esta modalidad de viaje. Sin embargo, esta actividad necesita regulación para asegurar al turista un servicio de calidad. En China, Shen et al (2020) propusieron una lista de medidas para ayudar a su desarrollo. En primer lugar, se recomienda un marco regulatorio antes del tratamiento, durante el tratamiento y post tratamiento. Se sugiere que los turistas puedan acudir a una oficina de atención que medie con los entes reguladores médicos. Esto facilita la mediación entre los turistas y los proveedores de servicios médicos. Por último, se necesita un mecanismo para la resolución de disputas, con el fin de proteger los derechos de los turistas (internos y externos). Este marco jurídico no solo aplica al turismo médico, sino también para turistas que han experimentado abusos a sus derechos humanos o que han sido víctimas de crímenes en el país receptor. Una experiencia negativa proyecta una mala imagen del destino turístico. Por dicha razón, la provisión de servicios legales adecuados para los turistas conduce a un desarrollo turístico sostenible (Qasim et al, 2020).

En lo que respecta a la protección del medio ambiente, lo cual conlleva aspectos legales y éticos, se necesita mucha más acción. Los gobiernos

en destinos turísticos deben adoptar lineamientos internacionales, y adaptarlos a la realidad nacional, como un prerrequisito para ser reconocidos como un destino sostenible. De otra parte, pueden participar de plataformas públicas para evaluar y supervisar el progreso en indicadores de sostenibilidad. Este creciente interés por la sostenibilidad permite llevar este tema a otro plano. Una de las iniciativas es la de erradicar el tráfico ilegal de especies animales y plantas. Se requieren sistemas de detección más sofisticados y eficientes. Eso se puede conseguir logrando asociaciones, como organizaciones no gubernamentales (ONG), al mismo tiempo de tener un sistema jurídico y policial que implemente las regulaciones y penalice severamente a los infractores. Una iniciativa muy importante es la denominada “*End Wildlife Crime*”, que ha detectado vacíos en las leyes internacionales que tienen que ver con este tema. Igualmente, se han motivado a países participantes a llegar a un nuevo acuerdo internacional, a la vez de modificar la legislación existente, para que incluyan cláusulas de salud pública y de salud animal. Un gobierno que ha tomado decisiones serias en ese respecto ha sido China, que, a raíz del Covid-19, anunció una suspensión temporal del comercio de especies animales; además ha modificado y mejorado su legislación para la protección de especies y combatir el tráfico ilegal China de animales y plantas.

Por último, nos referiremos a un aspecto muy importante, la ética en el turismo. Es triste ver que poco se escribe o estudia este importantísimo aspecto cuando se escribe sobre turismo. Esto a pesar de que el fenómeno turístico ha recibido un tratamiento extensivo, particularmente sobre la complejidad e interrelación de la actividad a nivel local y global con otros sistemas sociales y ecológicos (Jamal, 2019). Se hace demasiado énfasis sobre el impacto económico. Luego muchos se preguntan si eso es lo que importa, entonces ¿cuál es el papel de la ética en todo esto? (Duffy; Smith, 2003). Si los planificadores de turismo no pueden convencer al público de que los valores éticos son verdaderamente importantes, el resultado será el repudio cuando se discuta la necesidad de desarrollos turísticos en las comunidades. Eso es lo que ha pasado hasta ahora, cuando la tendencia fue la búsqueda del crecimiento económico a costa del detrimento social y ambiental. Por otra parte, la “cosificación” del turismo sirve como una

distracción y evita el debate sobre los problemas morales y éticos. No hay que olvidar que el turismo es una práctica social y un proceso intra social e inter social, que no siempre presenta senderos transparentes en cuanto a las coincidencias y compromisos. Asimismo, debe considerarse que en el mundo actual este proceso es global, pero con manifestaciones locales. Por eso se puede concluir que es extremadamente difícil poder prescribir el comportamiento que debe seguirse. Igualmente es complicado trazar una hoja de ruta que tome en cuenta todos los factores necesarios para un desarrollo del turismo y al mismo tiempo abordar los dilemas éticos. Por dicha razón, en el campo del turismo siempre se verán algunas perspectivas filosóficas que encuentran más receptividad que otras (Lovelock; Lovelock, 2013)<sup>7</sup>.

## Conclusiones

En lo político, la pandemia ha acelerado la necesidad de la integración. El fenómeno electoral en los Estados Unidos revela un viraje hacia la necesidad de entendimiento y de mayor interés por las causas sociales y ambientales. Inclusive el Reino Unido que había votado por Brexit consiguió un acuerdo económico a finales de diciembre 2020. De otra parte, la referencia a organismos multilaterales, como la OECD, alcanzarán más importancia, particularmente en políticas enmarcadas en el desarrollo del turismo sostenible.

El factor económico para la promoción del turismo es innegable, y una de las mayores razones para sentirse optimistas. Los gobiernos necesitan la industria y más aún los países en desarrollo como el Ecuador. Los empleos que genera el turismo difícilmente pueden ser sustituidos por otra actividad económica. Ahora bien, el tipo de turismo y la intensidad de la actividad turística está cambiando y estimamos que seguirá cambiando. Los turistas se están acostumbrando a la idea de favorecer el turismo doméstico y el ecoturismo. De la misma manera, aquellos destinos más seguros serán preferidos sobre los exóticos y lejanos. Eso indudablemente traerá retos

---

<sup>7</sup> En la sección de conclusiones, sin pretender desarrollar una prescripción al tema, intentaré llamar la atención sobre los aspectos más relevantes luego de revisar la discusión de todos los factores en el análisis de PESTEL.



para países como Ecuador, pero también grandes oportunidades; por el potencial turístico del país, sin embargo, se necesita una política coordinada que lo posicione como destino de viaje, al mismo tiempo que incentive y no coarte el desarrollo de la industria.

La tecnología presenta amenazas y oportunidades para la actividad. La digitación y uso de la tecnología y aplicación en los destinos turísticos puede ser un factor diferenciador. Aquellos países con una plataforma digital más interesante y que de respuestas a los turistas de manera oportuna estarán en menor capacidad de competir. Este capítulo ofrece ejemplos como Yellowstone que están usando la realidad virtual. También se prevé que la tecnología en el transporte facilitará vuelos con menos emisiones de carbono y más uso de trenes y de tecnologías sostenibles. La reducción de vuelos es positiva para mitigar el cambio climático, aunque representa desafíos económicos para ciertos destinos. Por ejemplo, antes de la pandemia, uno de los aeropuertos más grande del mundo, Heathrow, estaba al casi 100% de su capacidad. Mucha controversia causa la planificación de una tercera pista. Opinamos que la tendencia no será hacia la construcción de mega aeropuertos, sino a repensar cómo usar los actuales con modestos crecimientos en aeropuertos regionales.

El interés por el tema de la sostenibilidad seguirá vigente y se incrementará. Se hará necesario que los gobiernos promuevan las ventajas de gozar de cielos limpios, mares impolutos y un clima donde el ser humano pueda sobrevivir. El año 2020 debe tomarse como un punto de comienzo para un reencuentro con la naturaleza. El turismo sostenible puede funcionar en ese sentido, que debe tener un gran sentido ético, además del económico. Para ello se necesita un marco jurídico sólido que permita el desarrollo de una actividad de calidad que logre un balance entre el tema económico y la protección laboral y el medio ambiente.

En resumidas cuentas, creemos que esta crisis debe obligarnos a repensar el turismo. No debemos volver a la normalidad, porque en realidad esa normalidad era un problema. Si, un problema. El turismo debe considerarse como un derecho de los seres humanos, mientras que ese derecho no afecte el derecho de otros, por ejemplo, el derecho a un medio ambiente sin altos niveles de contaminación. Esta es una gran oportunidad para que

los gobiernos y grupos económicos se den cuenta de la necesidad de trabajar juntos. Debemos ser cautelosamente optimistas, pero optimistas al fin, sobre que el turismo seguirá siendo una actividad importante, ahora bien, llevada a cabo de una manera sostenible.

En el caso particular de mi querido Ecuador, también seré cauteloso. En lo político, el país goza de estabilidad política, una democracia, que con sus defectos puede encauzarse hacia el beneficio de las mayorías. Ahora bien, el populismo y la poca seriedad en las políticas hacia el turismo son un inmenso obstáculo para el desarrollo del sector. No se necesitan más frases grandilocuentes con respecto a la importancia del turismo. Se requiere de acciones concretas, que se deben traducir en verdaderas políticas de apoyo al turismo. Por ejemplo, se debe estudiar seriamente si los altos aranceles en insumos necesarios para el desarrollo del turismo son necesarios o contraproducentes, lo que llaman los economistas “peso muerto”. Por otra parte, se necesita más participación en organismos multilaterales, como la OCDE, por nombrar solo a uno. El turismo puede ayudar a la generación de empleos y el multiplicador turístico puede regenerar zonas deprimidas del país. En lo social, se debe recordar que los recursos naturales del país son fabulosos. Estos recursos, algunos en zonas protegidas o en necesidad de protección, pueden ser del disfrute de todos, locales y extranjeros. Por dicha razón, se requiere de una campaña de concientización para la protección del medio ambiente, habida cuenta del auge del turismo ecológico. El Ecuador puede posicionarse como un destino ecológico de alta calidad en servicios, pero para ello se necesitan tratar al turismo no solo como un fenómeno económico, sino también social, en el cual las masas puedan disfrutar de él. Respecto al tema legal, se debe encontrar un balance entre la protección al turista y el incentivo que debe darse al empresario del sector. Este empresario es quien trabaja fuerte para desarrollar la actividad con su personal. Algunos sectores como la hotelería trabajan 24 horas al día, los 365 días del año. El aprecio a este sector no se debe quedar en palabras. Confío en que las autoridades del país, en un futuro cercano, emprendan esas acciones. Ese nuestro deseo y el deseo de quienes laboran en este sector en el Ecuador: planificadores, guías turísticos, hoteleros, servicios de comida, sector de transportes y tantos otros.

## Bibliografía

- Aburumman, A. A. (2020). “COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry”. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7 (141): 1-11.
- Andriotis, K., (2018). *Degrowth in tourism: Conceptual, theoretical and philosophical issues*. Wallingford, Oxfordshire, UK: CABI.
- Aykin, S. M. (2012). A common tourism policy for the European Union: a historical perspective. En PE Burns (Ed.), *Controversies in Tourism* (Vol. 23, pp. 226). Wallingford: CABI.
- Behsudi, A. (Winter, 2020). “Wish you were here”. En *International Monetary Fund*. Disponible en: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi.htm>. (visitado 30 diciembre 2020).
- (2021). “Economías dependientes del turismo en el Caribe caerán un 12 por ciento, FMI”. *Revista Corrientes*, 12 enero. Disponible en: <https://revistacorrientes.com/economias-dependientes-del-turismo-en-el-caribe-caeran-un-12-por-ciento-fmi/> (visitado 14 enero 2021).
- Caricom (2020) “End of Year Message from the Secretary General of the Caribbean Community (CARICOM) Ambassador Irwin Larocque”. Disponible en: <https://caricom.org/end-of-year-message-from-the-secretary-general-of-the-caribbean-community-caricom-ambassador-irwin-larocque/> (visitado 30 diciembre 2020).
- Çelik, A. K., Özcan, S., Topçuoğlu, A., & Yildirim, K. E. (2013). “Effects of the tourism industry on the balance of payments deficit”. *Anatolia*, 24(1): 86-90.
- Comisión Europa (2010). “Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Europe, the world’s No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe”. *EUR-Lex*, junio 30. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352>. (visitado 28 diciembre 2020)

- Constantin, M. Saxon, S. y Yu, J. (2020). "Reimagining the 8 trillion tourism economy. What will it take?". *McKinsey & Company*, agosto 5.  
Disponibile en: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/reimagining-the-9-trillion-tourism-economy-what-will-it-take>. (visitado 31 diciembre 2020)
- Cvelbar, L. K., y Ogorevc, M. (2020). "Saving the tourism industry with staycation vouchers". En *Emerald Open Research*, 2(65): 65.
- Dominković, D. F., Bačeković, I., Pedersen, A. S., y Krajačić, G. (2018). "The future of transportation in sustainable energy systems: Opportunities and barriers in a clean energy transition". En *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 82: 1823-1838.
- Duffy, R., and Smith, M. (2003). *The Ethics of Tourism Development*. Londres: Routledge.
- Embassy of the UAE in Washington. (2017) "UAE Ambassador Highlights Benefits of "Open Skies" Policy in Visit to Boeing Facility". *News Media*, octubre 5. Disponible en: <https://www.uae-embassy.org/news-media/uae-ambassador-highlights-benefits-%E2%80%9COpen-skies%E2%80%9D-policy-visit-boeing-facility-0> (visitado 24 diciembre 2020).
- Environmental and Energy Study Institute (2019). "Fact Sheet: The Growth in Greenhouse Gas Emissions from Commercial Aviation". octubre 17  
Disponibile en: <https://www.eesi.org/papers/view/fact-sheet-the-growth-in-greenhouse-gas-emissions-from-commercial-aviation> Accessed 03.01.2021 (visitado 24 diciembre 2020)
- Estol, J., & Font, X. (2016). "European tourism policy: Its evolution and structure". *Tourism Management*, 52: 230-241.
- Faure, M. Weber, F. (2014). "Remediating Insolvency Situations. Analyzing Available Mechanisms in the Travel Sector.". En *Sustainable Tourism and Law*, Michael G. Faure, Ni Ketut Sipasti Dharwarman y I Made Budi Ariska. (ed): 169-189. The Hague: Eleven International Publishing.
- Ferrer-Roca, N., Weston, R., Guia, J., Mihalic, T., Blasco, D., Prats, L., Lawler, M. y Jarratt, D. (2020). "Back to the future: challenges of European tourism of tomorrow". *Journal of Tourism Futures*.  
Vol. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0114>

- Gössling, S., Hall, C. M., y Weaver, D. (Eds.). (2009). *Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations*. Londres: Routledge.
- Gozgor, G., Lau, C. K. M., Zeng, Y., y Lin, Z. (2019). “The effectiveness of the legal system and inbound tourism”. *Annals of Tourism Research*, 76: 24-35.
- Hall, C. M. (2009). Degrowing tourism: Décroissance, sustainable consumption and steady-state tourism. *Anatolia*, 20 (1), 46-61.
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Londres: Routledge.
- Hobe, S. (2010). “The legal regime for private space tourism activities – An overview”. *Acta Astronautica*, 66 (11-12): 1593-1596.
- Horowitz, B. (2020). “Life will never be the same for people over 60 even with a vaccine”. *Market Watch*, noviembre 3. Disponible en: <https://www.marketwatch.com/story/from-travel-and-shopping-to-health-care-life-will-never-be-the-same-for-people-over-60-even-with-a-vaccine-2020-08-17> (visitado 02 enero 2021).
- Hua T, Ahluwalia R, Eudy L, Singer G, Jermer B, Asselin-Miller N. (2014). “Status of hydrogen fuel cell electric buses worldwide. *J Power Sources*, 269: 975–93.
- Jaffery SHI, Khan M, Ali L, Khan HA, Mufti RA, Khan A. (2014). “The potential of solar powered transportation and the case for solar powered railway in Pakistan”. *Renewable Sustainable Energy Review*, 39: 270- 6.
- Jamal, T. (2019). “Tourism ethics: a perspective article”. *Tourism Review*. 75(1): 221-224.
- Kapoor, A., & Debroy, B. (2019). “GDP is not a measure of human well-being”. *Harvard Business Review*. Disponible en: <https://hbr.org/2019/10/gdp-is-not-a-measure-of-human-well-being> (visitado 29 diciembre 2020).
- Kara, E. (2018). “A contemporary approach for strategic management in tourism sector: Pestel analysis on the city Muğla, Turkey”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (2): 598- 608.
- Larenas, N. (2018). “Cielos Abiertos en Ecuador, los avances y resultados”. Disponible en: <https://www.nlarenas.com/2018/12/cielos-abiertos-en-ecuador-los-avances-y-resultados/> (visitado 29 diciembre 2020).

- Lawrie, E. (2020). “Coronavirus: Will the ‘eat out to help out scheme’ be extended?” *BBC News*, agosto 28. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/explainers-53431026> (visitado 30 diciembre 2020).
- Lindström, K. N. (2020). “Ambivalence in the evolution of a community-based tourism sharing concept: a public governance approach”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20 (3): 302-315.
- Lovelock, B., and Lovelock, K. (2013). *The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives*. Londres: Taylor & Francis Group.
- Lyonnet, J. (2019). “Objetivo de EEUU: 116 millones de turistas internacionales para 2028”. *Hosteltur Latam*, agosto 19. Disponible en: [https://www.hosteltur.com/lat/130692\\_objetivo-de-eeuu-116-millones-de-turistas-internacionales-para-2028.html](https://www.hosteltur.com/lat/130692_objetivo-de-eeuu-116-millones-de-turistas-internacionales-para-2028.html) (visitado 24 diciembre 2020).
- Martens, S., y Spaargaren, G. (2005). “The politics of sustainable consumption: the case of the Netherlands”. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 1(1): 29-42.
- Mzezewa, T. (2019). “Trump slump in travel to the US? Not quite”. *New York Times*, septiembre 4, Travel. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2019/09/04/travel/update-trump-slump-travel.html> (visitado 24 diciembre 2020).
- Nuwer, R. (2020). “Illegal trade in pangolins keeps growing as criminal networks expand”. En *National Geographic*, febrero 11. Disponible en: <https://www.nationalgeographic.com/animals/2020/02/pangolin-scale-trade-shipments-growing/> (visitado 04 enero 2021).
- OECD (2020). “Tourism Policy responses to the Coronavirus”. Disponible en: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>. (visitado 28 diciembre 2020).
- OECD (2020a). “Rebuilding tourism for the future: Covid-19 policy responses and recovery. Organization for Economic Cooperation and Development”. Disponible en: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>. (visitado 28 diciembre 2020).

- Papatheodorou, A., Rosselló, J. and Xiao, H. (2010). "Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives". *Journal of Travel Research*, 49(1): 39-45.
- Pawłowska, A. and Matoga, Ł. (2016). "Staycation as a way of spending free time by city dwellers: examples of tourism products created by Local Action Groups in Lesser Poland Voivodeship in response to a new trend in tourism". *World Scientific News*, (51): 4-12.
- Peeters, P., Szimba, E. and Duijnsveld, M. (2007). "Major Environmental Impacts of European Tourist Transport". *Journal of Transport Geography*, 15: 83-93.
- Pimentel, D., McNair, S., Janecka, J., Wightman, J., Simmonds, C., O'Connell, C. y Tsomondo, T. (2001). "Economic and environmental threats of alien plant, animal, and microbe invasions". *Agriculture, ecosystems & environment*, 84 (1): 1-20.
- Poon, L. (2020). "How our behavior will change after the pandemic". *Bloomberg*. Disponible en: <https://www.bloomberg.com/news/features/2020-05-26/how-our-behavior-will-change-after-the-pandemic> Accessed 31.12.2020 (visitado 30 diciembre 2020).
- Protected Planet (2019). "United Nations List of Protected areas". Disponible en: <https://www.protectedplanet.net/en/resources/united-nations-list-of-protected-areas>. (visitado 04 enero 2021).
- Qasim, S. O., Tumer, M., Ozturen, A., y Kilic, H. (2020). "Mediating role of legal services in tourism development: a necessity for sustainable tourism destinations". *Current Issues in Tourism*, 23 (22): 2866-2883.
- Rastogi, N., y Trivedi, M. (2016). "PESTLE technique—a tool to identify external risks in construction projects". *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 3(1): 384-388.
- Ricciardi, A. (2007). "Are Modern Biological Invasions an Unprecedented Form of Global Change?". *Conservation Biology*, 21(2): 329-336.
- Rosu, A. (2020). "Making sense of distance. Mobility in staycation as a case of proximity tourism". Master's thesis. Lund University. Sweden. Disponible en: <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9018560&fileId=9018565> (visitado 02 enero 2021).

- Sampson, H. (18/03/2019). “Mexico’s Mystifying Tourism Move Leaves Competitors Ready to Pounce”. *Skift*. Disponible en: <https://skift.com/2019/03/18/mexicos-mystifying-tourism-move-leaves-competitors-ready-to-pounce/> (visitado 24 diciembre 2020).
- (29/04/2019). “Why Tourism Marketing Is Such a Political Issue in the U.S. Hannah Sampson”. *Skift*. Disponible en: <https://skift.com/2019/04/29/why-tourism-marketing-is-such-a-political-issue-in-the-u-s/> (visitado 24 diciembre 2020).
- Shapiro, M. (2018). “Mexico’s New Government Will Eliminate the Tourism Promotion Council”. *Northstar meeting groups*, diciembre 7. Disponible en: <https://www.northstarmetingsgroup.com/News/Convention-and-Visitor-Bureaus/Mexico-Government-Eliminate-Tourism-Promotion-Council> (visitado 24 diciembre 2020).
- Shen, X., Qu, Y., y Wu, Q. (2020). “Assessing the Risks of China’s Medical Tourism from the Legal Perspective”. *Risk Management and Healthcare Policy*, 13: 2291.
- Simpson, Brian, y Cheryl Simpson (2010). *From Heritage to Terrorism : Regulating Tourism in an Age of Uncertainty*. Londres: Routledge - Cavendish.
- Song, J., Sun, Y., y Jin, L. (2017). “PESTEL analysis of the development of the waste-to-energy incineration industry in China”. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 80: 276-289.
- Tarlow, Peter.(2014). *Tourism Security : Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety, Elsevier Science & Technology*. Butterworth-Heinemann.
- Textor, C. (2020). “Number of Visitors to the US from China”. *Statista*, diciembre 15. Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/214813/number-of-visitors-to-the-us-from-china/> (visitado 24 diciembre 2020).
- Ülgen, H., y Mirze, S. K. (2007). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınları.
- UNWTO. (2020). “International tourism growth continues to outpace the global economy”. Disponible en: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>. (visitado 29 diciembre 2020).



- UNWTO. (2019) “United states of America moves closer to world tourism organization with landmark meeting”. Disponible en: <https://www.unwto.org/united-states-america-moves-closer-world-tourism-organization-landmark-meet> (visitado 24 diciembre 2020).
- US Department of State (20). “Open Skies Partners”. Disponible en: [at//www.state.gov/open-skies-partners/](http://www.state.gov/open-skies-partners/) (visitado 24 diciembre 2020).
- US Department of State (17). “Open Skies Agreement”. Disponible en: [//www.state.gov/open-skies-partners/](http://www.state.gov/open-skies-partners/) (visitado 24 diciembre 2020).
- World Travel Tourism Council (June 2020) “Global Economic Impact and Trends 2020”. Disponible en: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360> (visitado 29 diciembre 2020).
- Wyman, O. (2020). “To recover and beyond. The future of Travel and Tourism in the wake of Covid-19”. *World Travel Tourism Council*, septiembre. Disponible en: [file:///C:/Users/Picasso%20Marketing%201/Downloads/To\\_Recovery\\_&\\_Beyond\\_The\\_Future\\_of\\_Travel\\_&\\_Tourism\\_in\\_the\\_Wake\\_of\\_COVID\\_19.pdf](file:///C:/Users/Picasso%20Marketing%201/Downloads/To_Recovery_&_Beyond_The_Future_of_Travel_&_Tourism_in_the_Wake_of_COVID_19.pdf). (visitado 29 diciembre 2020).
- Yüksel, I. (2012). “Developing a multi-criteria decision making model for PESTEL analysis”. *International Journal of Business and Management*, 7(24): 52-66.