



**Facultad de Economía,
Empresa y Turismo**
Universidad de La Laguna

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER

Factores condicionantes e impactos de la crisis turística causada por el covid-19 en Canarias

Determinants and impacts of the tourist crisis caused by covid-19 in the Canary Islands

Autor/a: D^a Lorena Natividad Rodríguez Miyares

Tutor/a: Dr. Raúl Hernández Martín

Máster en Dirección y Planificación del Turismo
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2019/ 2020

San Cristóbal de La Laguna, 29 de Julio de 2020

Resumen:

La aparición de la nueva enfermedad covid-19 ha afectado especialmente a la industria turística a nivel mundial. Sin embargo, no es la primera vez que el sector atraviesa una crisis, ya que su dinamismo y complejidad lo hacen altamente vulnerable a este tipo de amenazas. En el presente estudio se analizan los factores condicionantes e impactos de la crisis derivada de la pandemia, centrándose en el destino turístico de las Islas Canarias. Los objetivos concretos del trabajo son analizar si las singularidades del modelo turístico de Canarias afectarán al desarrollo de la crisis y predecir los posibles escenarios de la recuperación. Para ello, se realiza una revisión de las diferentes teorías sobre las fases y formas de recuperación de una crisis, se enumeran los principales antecedentes existentes en el sector turístico y se analizan las singularidades del modelo turístico de Canarias. Con el fin de llevar a cabo la investigación se desarrolla una metodología combinada de técnicas cualitativas y cuantitativas, basada en un análisis exhaustivo de artículos académicos y datos estadísticos. El estudio permite confirmar que las características particulares de Canarias parecen tener relevancia en los efectos de la crisis y la recuperación, y se proponen una serie de actuaciones que ayuden a potenciar la resiliencia de la industria turística en el archipiélago.

Palabras clave: covid-19, turismo, crisis, resiliencia, Islas Canarias.

Abstract:

The emergence of the new disease covid-19 has particularly affected the tourism industry worldwide. However, this is not the first time that the sector has been through a crisis, as its dynamism and complexity make it highly vulnerable to this type of threat. This study analyses the determinants and impacts of the crisis arising from the pandemic, focusing on the Canary Islands as a tourist destination. The specific objectives of the work are to analyse whether the singularities of the Canary Islands' tourism model will affect the development of

the crisis and to predict possible scenarios for recovery. To this end, a review of the different theories on the phases and forms of recovery from a crisis is carried out, the main existing antecedents in the tourism sector are listed and the singularities of the Canary Islands' tourism model are analysed. In order to carry out the research, a combined methodology of qualitative and quantitative techniques is developed, based on an exhaustive analysis of academic articles and statistical data. The study confirms that the particular characteristics of the Canary Islands appear to be relevant to the effects of the crisis and the recovery, and proposes a series of actions to help strengthen the resilience of the tourism industry in the archipelago

Keywords: covid-19, tourism, crisis, resilience, Canary Islands.

ÍNDICE

1. Introducción
2. Marco teórico y conceptual
 - 2.1. Crisis vs. desastres
 - 2.2. Fases de una crisis
 - 2.3. Las crisis en el turismo
 - 2.4. La recuperación de las crisis turísticas (resiliencia)
 - 2.5. Formas de recuperación de las crisis
3. Algunos antecedentes de la crisis actual
 - 3.1. Epidemias SARS 2002-2003 y MERS 2012-2015
 - 3.2. Tsunami del Océano Índico 2004
 - 3.3. Atentado terrorista Torres Gemelas (11-S)
4. Objetivos, hipótesis y metodología
5. Características de la crisis actual internacional vinculada al covid-19
6. El modelo turístico de Canarias y sus principales indicadores antes de la crisis
 - 6.1. Turoperadores y paquetes todo incluido
 - 6.2. Estacionalidad
 - 6.3. Seguridad
 - 6.4. Transporte aéreo
 - 6.5. Alquiler vacacional
 - 6.6. Importancia de hoteles de 4 y 5 estrellas
 - 6.7. Escasez proveedores locales
7. Evolución de la crisis turística actual con especial referencia a Canarias
 - 7.1. Evolución de la crisis sanitaria
 - 7.2. Crisis económica
 - 7.3. Restricciones a la movilidad
 - 7.4. Cambio en el comportamiento de los turistas
8. Conclusión. Algunas lecciones para el sector turístico en Canarias
 - 8.1. Cambios en el modelo turístico
 - 8.2. Cambio en el alojamiento
 - 8.3. Tecnología

- 8.4. Formación para la resiliencia
 - 8.5. Mayor autosuficiencia alimentaria
 - 8.6. Diversificación: económica, de mercados de origen
 - 8.7. Compañías aéreas locales
 - 8.8. Información y observatorio turístico
9. Referencias

1. Introducción

La enfermedad Coronavirus (Covid-19) se ha apoderado del mundo en un corto periodo de tiempo, provocando consecuencias devastadoras a nivel sanitario, económico y social. Esta enfermedad ha tenido el poder de paralizar el mundo moderno, obligando a los gobiernos a imponer a la totalidad de la población confinamientos, limitaciones y restricciones de movilidad, que han generado unos niveles de pánico e incertidumbre sin precedentes. Todas estas cuestiones han afectado especialmente a la industria del Turismo, ya que estas medidas estrictas han provocado un parón total del sector a nivel global, a pesar de que las previsiones estimaban un crecimiento sostenible de la actividad para el año 2020.

Este cambio de paradigma al que se enfrenta la industria turística es el principal motivo de la elección del tema de este trabajo, que consiste en el estudio de los impactos de la crisis turística vinculada al covid-19 y sus perspectivas para el futuro, poniendo especial atención al destino de las Islas Canarias y a las características distintivas de su modelo turístico. La hipótesis central consiste en que el impacto y la recuperación de esta crisis en las islas vendrán determinados por las singularidades de su modelo turístico. Además, se analizan las teorías existentes sobre las crisis turísticas, los precedentes comparables y las principales características del modelo turístico canario, para así poder entender la situación actual del archipiélago.

Para dicho análisis, se utiliza una metodología compuesta fundamentalmente por técnicas cualitativas y cuantitativas, utilizando diversas fuentes de información secundaria y datos estadísticos, que ayudan a contrastar la hipótesis. Asimismo, es imprescindible destacar la relevancia de este estudio, ya que trata de reducir en la medida de lo posible la incertidumbre y de esclarecer la complicada situación actual. Debido a que el tema objeto de análisis es muy reciente, este trabajo tiene dos finalidades: Por un lado, analizar las consecuencias que ha tenido la pandemia en la industria turística global y especialmente en Canarias; y, por otro lado, estudiar los posibles escenarios futuros de recuperación de la actividad turística. Igualmente, puede ayudar al destino a reducir su vulnerabilidad ante otras crisis turísticas que se puedan producir.

2. Marco teórico y conceptual

Para comenzar esta investigación se procederá a la definición del marco teórico y conceptual. Esta parte es crucial, ya que permite identificar las fuentes primarias y secundarias sobre las cuales se realizará el diseño del trabajo. A continuación, se enumerarán de manera general los planteamientos teóricos que servirán de base para el problema y la metodología del presente estudio.

2.1. Crisis vs. desastres

El turismo es una de las industrias económicamente más importantes a nivel mundial, formada por un sistema complejo y dinámico que se encuentra en constante cambio, lo que lo convierte en uno de los sectores más vulnerables ante las crisis y los desastres. Existe una larga discusión sobre la diferencia entre estos dos conceptos ya que, al contrario de lo que comúnmente se cree, no tienen el mismo significado y poseen ciertas distinciones a las que se hará referencia a continuación. Diversos autores se han enfocado en sintetizar y distinguir ambas situaciones, proporcionando cada uno sus descripciones particulares.

Selbst (1978; 135-147) define una crisis como “cualquier acción o falta de acción que interfiera con las funciones en curso de una organización o destino, el logro de sus objetivos, su viabilidad o supervivencia, o que tenga un efecto perjudicial percibido por la mayoría de los empleados, clientes o integrantes”. Esta definición implica que el incidente producido es atribuible a la propia organización o al destino en sí, y debe tener un impacto negativo general o individual, como por ejemplo accidentes nucleares, vertidos de petróleo, etc. Asimismo, parece que se excluyen eventos sobre los que los elementos involucrados tienen escaso o ningún control, y que también pueden significar una amenaza para la organización o destino, como puede ser el caso de los fenómenos naturales.

Por otro lado, el concepto de desastre hace referencia a aquellas situaciones donde una empresa o conjunto de ellas (en el caso de los destinos turísticos) se enfrentan a inesperados fenómenos catastróficos sobre los que no tienen control alguno, aunque es posible llevar a cabo medidas para minimizar los efectos de estos acontecimientos (Faulkner, 2001), como es el caso de terremotos,

inundaciones, tsunamis, etc. Sin embargo, a pesar de estas definiciones, no siempre está claro dónde englobar los eventos específicos que se producen en la realidad del sistema turístico, porque incluso el daño causado por los desastres naturales puede atribuirse parcialmente a la acción humana. Por lo cual, siempre deberá tenerse en cuenta que las crisis y los desastres son extremadamente similares y que la distinción entre ellos se realizará según la causa principal del problema.

El tema central de este estudio, el covid-19, se puede englobar dentro del concepto de crisis, ya que provocará fuertes transformaciones en el sector turístico, que causarán tanto resultados negativos como positivos, siempre que se sepa cómo actuar frente a esta crisis.

2.2. Fases de una crisis

Otro autor que ha puesto énfasis en describir el concepto de crisis es Glaesser (2006), que lo define como un proceso indeseado, extraordinario, a menudo inesperado y oportunamente limitado con posibilidades de desarrollo ambivalentes. Además, exige decisiones y contramedidas inmediatas con el fin de influir en el desarrollo posterior de nuevo positivamente para la organización (destino) y limitar las consecuencias negativas en la medida de lo posible.

Las crisis, pasan por un proceso de desarrollo definido hasta que suceden, es decir, existen una serie de etapas dentro de ellas. Por lo general, las crisis se dividen en tres fases diferentes: potencial, latente y aguda (Glaesser, 2006). En la fase potencial, la crisis es una construcción imaginaria y, por lo tanto, no se puede comprobar su existencia. La fase latente corresponde al momento en el que estalla la crisis, pero es imposible identificarla mediante las herramientas cuantitativas que posee la organización y el destino, lo que impide tomar medidas para hacerle frente. La última etapa, la fase aguda, es el período de tiempo en que los efectos negativos de la crisis se perciben y la organización se esfuerza por luchar contra ellos. Según esta clasificación, se puede afirmar que la crisis producida por el covid-19 se encuentra en la fase aguda, y todo el mundo se encuentra llevando a cabo medidas para luchar contra este virus. Además, cabe destacar que esta crisis tuvo un inicio muy precipitado, lo que se puede

tomar como un aspecto negativo o positivo, ya que debido a esta rapidez fue más fácil su detección, al contrario que las crisis más progresivas cuyos efectos tardan más en descubrirse.

2.3. Las crisis en el turismo

Las epidemias y pandemias como la producida por el covid-19 afectan gravemente a actividades tan importantes para la economía mundial como el comercio y el turismo. Según el informe anual de 2019 de Global Preparedness Monitoring Board, en el año 2017 el comercio mundial de mercancías ascendió 17,43 billones de dólares y los servicios comerciales, entre los que se encuentra incluido el turismo, produjeron 5,19 billones de dólares. En combinación, ambos sectores constituían alrededor del 18% de la economía mundial. Por lo tanto, se puede deducir que una crisis en este sector puede ser muy perjudicial a nivel global, ya que el mundo está cada vez más interconectado a través de los movimientos de población y de las cadenas de valor.

En la industria del turismo las crisis desempeñan un papel muy importante, y en los últimos años este tema ha atraído considerablemente la atención. Está demostrado que el sector turístico y en particular la demanda turística internacional, es muy vulnerable a crisis y desastres, debido a la diversidad de factores externos por los que se ven afectados (Cró y Martins, 2017). Además, es muy probable que los efectos de los acontecimientos de las crisis en el turismo internacional aumenten tanto en frecuencia como en importancia, ya que el sector es cada vez más cambiante y dinámico.

La gran mayoría de crisis que afectan al turismo corresponden a eventos que tienen una duración específica y que se producen en un tiempo y espacio determinado, pero sus impactos pueden ser más persistentes y repercutir a todo el sistema (Ren, 2000). Además, estas crisis pertenecen a diferentes tipologías, como puede ser financiera, económica, medioambiental, energética, política y de seguridad (Hall, 2010). La aparición del virus covid 19 y su posterior propagación a nivel mundial se puede integrar dentro de estas tipologías, ya que el turismo tiene un papel fundamental en la propagación de pandemias y enfermedades y las consiguientes consecuencias. Sin embargo, a pesar de este

creciente riesgo para los destinos, pocas organizaciones están preparadas para afrontar y manejar los impactos de estas amenazas. La planificación para afrontar estas crisis debe ser un pilar fundamental para superar tales situaciones con éxito (Ritchie, 2008).

2.4. La recuperación de las crisis turísticas (resiliencia)

Aunque es casi imposible predecir cuándo ocurrirá una crisis y qué forma tomará, prepararse de una forma adecuada puede mejorar la capacidad de recuperación e incluso evitar sus efectos más severos. La planificación y gestión estratégica de estos sucesos es fundamental, ya que mejorará la imagen y la reputación tanto de la industria turística en general como de los destinos y su capacidad de resiliencia en un entorno tan dinámico como en el que se desarrolla la actividad (WTTC, 2019).

El concepto de resiliencia es un término complejo recientemente utilizado en turismo porque se considera una de sus características básicas. Según Holling (2001: 390-405), la resiliencia es “la capacidad de aprendizaje de los sistemas para afrontar las condiciones adversas, aprender de las crisis pasadas y adaptarse a las nuevas circunstancias, con la finalidad de alcanzar de nuevo la normalidad”. En otras palabras, consiste en tener la capacidad de reformarse y superar las condiciones adversas para mantener el equilibrio del sistema. La industria turística se caracteriza por el dinamismo, la incertidumbre y la reflexividad. Por lo tanto, su capacidad para responder y gestionar el estrés es un aspecto fundamental de su resiliencia, independientemente de la naturaleza que tengan los fenómenos que lo causen (Roca y Villares, 2014). Según Glaeser (2006: 17), las crisis o desastres pueden tener diversos orígenes: guerras y disturbios, terrorismo y delincuencia factores políticos y económicos, factores medioambientales y enfermedades y epidemias, como es el caso del covid-19.

Alrededor del 80% del sector turístico está compuesto en gran medida por pequeñas y medianas empresas que se ven especialmente afectadas cuando ocurre alguna perturbación en el sistema, lo cual repercute a los millones de personas que viven del turismo en el mundo (UNWTO, 2006). Siguiendo a este organismo, debido a su naturaleza económica transversal y a su gran influencia

social, el turismo está en una posición privilegiada para ayudar a estas sociedades y comunidades afectadas a restablecer su crecimiento y estabilidad tras una crisis. A lo largo del tiempo, la industria ha demostrado su resistencia y capacidad no solo para recuperarse ella misma, sino también para impulsar una recuperación económica y social más profunda y amplia, debido a que produce miles de millones de dólares en exportaciones y crea millones de puestos de trabajo

2.5. Formas de recuperación de las crisis

La recuperación tras pasar por estos eventos dependerá de una serie de factores como la disminución de la demanda, la duración de la crisis, los daños estructurales, entre otros. Para ilustrar la estructura anatómica de estas recuperaciones, es muy común entre los economistas comparar las formas que presentan las curvas de crecimiento económico con las letras del abecedario. En cuanto a la velocidad a la que se recuperan las economías tras una crisis, se esbozan comúnmente 3 escenarios (Carlsson-Szlezak, Reeves y Swartz, 2020):

- En forma de V: Este escenario es el más común, representa un parón repentino en la economía real que se produce de manera eventual, en el que el crecimiento se recupera rápidamente.
- En forma de U: En este escenario, el parón persiste durante más tiempo, y aunque el crecimiento se recupere, lo hace de manera más lenta de lo esperado y se produce alguna pérdida permanente de producción.
- En forma de L: Este escenario es el más pesimista de todos. En él, se produce un daño estructural en el lado de la oferta (mercado de trabajo, productividad, formación de capital), que tiene un impacto significativo en el crecimiento. En este caso, el parón de la economía es drástico, provocando que caiga en picado, y la recuperación es tan pausada que entra en fase de recesión.

También existen otros posibles escenarios, como es el caso de la recuperación en forma de W o en forma del logo de la archiconocida marca deportiva *Nike*:

- En forma de W: La recuperación económica viene marcada por períodos de descenso y recuperación que se produce de manera intercalada. Es decir, tras

la crisis se produce un crecimiento económico, pero cae de nuevo antes de recuperarse de manera definitiva.

- En forma de *Nike*: En este escenario, se produce una caída profunda de la economía, y su recuperación será mucho menos intensa y más lenta que en los casos nombrados anteriormente, con un crecimiento muy suave. Es decir, supone una recuperación lenta y muy prolongada en el tiempo.

En el caso concreto de la crisis que está provocando el covid-19, no es posible saber con certeza qué forma tomará la curva, ya que como se ha dicho anteriormente depende de muchos elementos. La mayoría de informes económicos publicados recientemente se inclinan por el escenario en forma de U, pudiendo llegar a extenderse hasta la forma de *Nike*, ya que la vuelta a la normalidad se llevará a cabo de manera paulatina, y tanto las empresas en particular como la economía en general necesitarán de un tiempo determinado para recuperar los niveles económicos que se estaban alcanzando antes de la pandemia (Carlsson-Szlezak, Reeves y Swartz, 2020). Sin embargo, no es conveniente hacer ninguna afirmación todavía, y es necesario observar el desarrollo de la crisis para ver finalmente qué forma toma.

3. Algunos antecedentes de la crisis actual.

La industria turística internacional se ha visto muy afectada por crisis y desastres desde la aparición de esta actividad en el siglo XIX. Entre los fenómenos más recientes se pueden encontrar la epidemia del SARS y del MERS, el atentado terrorista del 11-S y el tsunami del Océano Índico, entre otros. A continuación, se procederá a realizar una revisión de estos eventos y sus principales características, para usarlas como referencia a la hora de analizar los impactos que se están produciendo como consecuencia de la pandemia mundial del covid-19.

3.1. Epidemias SARS 2002-2003 y MERS 2012-2015

Antes de comenzar con la descripción de tales eventos, es preciso realizar una revisión y distinción de los conceptos de brote, epidemia y pandemia, ya que se utilizarán a lo largo del presente estudio y su correcta comprensión resulta de

vital importancia. Según la epidemiología, un brote consiste en la aparición repentina de una enfermedad en un lugar y momento determinado. Por lo consiguiente, la epidemia se produce cuando ese brote se descontrola y la enfermedad se extiende rápidamente a lo largo de una región o área geográfica concreta. Por último, cuando la enfermedad se propaga a más de un continente y se producen casos provocados por transmisión comunitaria dentro de cada país, se produce la pandemia.

Los coronavirus son una amplia familia de virus causantes de enfermedades que van desde el resfriado común al síndrome respiratorio agudo severo (SARS) y al síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS). El síndrome respiratorio agudo severo fue considerado como la primera epidemia mundial producida en el siglo XXI (Syed et al., 2003). El primer brote de la enfermedad ocurrió en Noviembre de 2002 en la provincia de Guangdong en China, y se propagó muy velozmente entre países cercanos como Singapur, Vietnam y Taiwán y otros continentes como Europa y Estados Unidos. Según la OMS, se infectaron un total de 8.098 personas, de las cuales 774 fallecieron, lo que corresponde a un porcentaje de 9,6% de muertes en 29 países (Lau et al., 2008).

El virus tuvo un profundo impacto negativo en el sector turístico a nivel mundial, provocando la pérdida de empleo de hasta tres millones de personas en los países más afectados por la enfermedad, y costando a sus economías la pérdida de más de 20.000 millones de dólares de su PIB. También afectó gravemente a las llegadas de turistas, que disminuyeron en un 70% o incluso más en el continente asiático, inclusive en los países que no fueron afectados por la enfermedad (McKercher y Chon, 2004).

Por otro lado, el síndrome respiratorio de Oriente Medio apareció por primera vez en abril de 2012 en Arabia Saudí, y se extendió a través de los países vecino de Jordania, Omán, Qatar y Egipto, algunos países del continente europeo como Inglaterra y Alemania y de la región asiática, como Corea del Sur. El total de infectados por esta enfermedad ascendió a 2.468 personas, de las cuales 851 acabaron en fallecimiento, lo que implica una tasa de mortalidad del 34%, mucho más alta que el SARS (Valentín, Montero y Florentini, 2020).

Tanto el SARS como el MERS se transmiten por contacto directo entre las personas y presentan síntomas muy similares, que varían desde los problemas respiratorios suaves, acompañados de tos y fiebre, hasta la insuficiencia respiratoria, con necesidad de ventilación mecánica e ingreso en unidad de cuidados intensivos. Asimismo, también se detectaron casos en los que los individuos estaban infectados, pero presentaban una ausencia de síntomas, es decir, eran asintomáticos (OMS, 2019).

La epidemia del MERS afectó principalmente a Corea del Sur, y tuvo un impacto inminente en los viajes de los turistas, provocando el pánico entre las personas que tenían planes de viajar a ese país, lo que desencadenó en una caída de las reservas y aumento de las cancelaciones. Además, las reservas aéreas para viajar desde lugares vecinos como Hong Kong cayeron un 102%, un 83% en el caso de Taiwán y un 72% en el caso de China (ForwardKeys, 2015). Ambas epidemias sorprendieron a los países afectados sin estar preparados para tratar a los enfermos y contener la propagación de la enfermedad. El pánico se apoderó de estas sociedades y los gobiernos se vieron obligados a suspender las clases escolares, cerrar negocios y atracciones turísticas, y cancelar o posponer eventos. Estas medidas adoptadas afectaron en gran medida al desarrollo social y económico, aunque en retrospectiva, fueron altamente eficaces para limitar la propagación de estos virus (Zeng, Carter y De Lacy, 2005).

Sin embargo, la rápida recuperación de la industria turística tras los efectos provocados por estos virus obedece a la preparación y la rápida adaptación a las condiciones de las Administraciones Nacionales de Turismo, los Consejos de Turismo y de las empresas turísticas. El sector se vio forzado a flexibilizar la oferta para responder rápidamente a los cambios en las demandas de los consumidores y a la evolución del mercado, proceso que se vio acelerado por el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información y el aumento de las compras por internet (Morillo, 2009).

3.2. Tsunami del Océano Índico 2004

El tsunami del 26 de diciembre de 2004 representa uno de los mayores desastres del mundo actual. Fue provocado por un terremoto submarino en el sudeste asiático, concretamente en la costa de Banda Aceh (Indonesia) y causó la muerte de aproximadamente 275.000 habitantes de 14 países que rodean el Océano Índico y África Occidental, esto sin contar los miles de personas desaparecidas. Además, un elevado número de turistas de diferentes países europeos que estaban disfrutando de sus vacaciones de Navidad en la India, Indonesia, Malasia, Maldivas, Sri Lanka y Tailandia fueron también víctimas de este fenómeno natural (Lessig et al., 2006).

Tras esta catástrofe devastadora, el número de llegadas internacionales en Phuket, uno de los principales destinos dentro de Tailandia, disminuyeron durante los primeros meses del 2005 en un 67.2%. Además, se estima que aproximadamente 500 empresas turísticas se declararon en quiebra, provocando la pérdida de más de 3000 puestos de trabajo (Henderson, 2007). Sin embargo, a pesar de las secuelas a escala local a corto plazo, el turismo continuó su crecimiento a nivel mundial y regional, con unas llegadas de turistas internacionales en 2005 de 808 millones, lo que supuso un incremento del 5,5% (UNWTO, 2006).

Asimismo, durante el primer semestre de 2005, el número de turistas internacionales aumentó en todas las regiones, incluidas Asia y el Pacífico, cuyas cifras totales apenas se vieron alteradas por el tsunami, y sólo dos destinos de los afectados (Indonesia y Maldivas) sufrieron un retroceso en el número de llegadas. Según Morillo (2009), esta rápida recuperación fue posible gracias a varios factores: En primer lugar, la redistribución del flujo de turistas a otras zonas dentro de los destinos que no se vieron afectadas por el tsunami. Por ejemplo, los visitantes que viajaron a Tailandia optaron por conocer otras partes del país como la ciudad de Chiang Mai, ubicada al norte. En segundo lugar, la ayuda humanitaria y de los gobiernos, que impulsaron la rápida reconstrucción de los destinos y de los establecimientos turísticos, así como la mejora de las conexiones aéreas y la facilidad para obtener los visados. Por último, también fueron fundamentales las inversiones en marketing y campañas publicitarias dirigidas a los principales mercados emisores, con la principal

finalidad de restablecer la confianza de los turistas y mejorar la imagen del destino.

3.3. Atentado terrorista Torres Gemelas (11-S).

Los atentados de las Torres Gemelas, considerados el mayor ataque terrorista de la historia, fueron un conjunto de cuatro atentados suicidas cometidos el 11 de Septiembre de 2001 en Nueva York, a manos de la red yihadista Al Qaeda (Fernández, 2001). Estos ataques se llevaron a cabo secuestrando grandes aviones comerciales, con el objetivo de estrellarlos contra los edificios del World Trade Center y el Pentágono (Washington D.C), sede del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Como consecuencia, causaron la muerte de 3016 personas, entre los que se incluyen los 19 terroristas, y más de 6000 heridos, así como el inicio de la guerra de Afganistán y la política antiterrorista de los Estados Unidos.

Debido a este fatídico acontecimiento, se desató un temor generalizado a nivel global. Como consecuencia de esta psicosis, el consumo se redujo enormemente, ya que las personas evitaban los sitios muy transitados o viajar, lo que tuvo importantes repercusiones en la compra de vuelos comerciales, que disminuyó por miedo a que se pudieran volver a repetir este tipo de ataques y a la industria hotelera. Sin embargo, analizándolo de manera global, el impacto sobre las llegadas de turistas internacionales fue menor de lo esperado. Tras el atentado, el número de turistas internacionales se redujo en menos de un 1%, pasando de 696.7 millones en el año 2000 a 692.7 millones en 2001 (Bonham et al., 2006).

Tras esta catástrofe, la industria turística no volvió a ser la misma. Los atentados provocaron una obsesión por la seguridad que transformó la forma de viajar en avión y los aeropuertos (controles, arcos detectores, escaners corporales, etc.), haciendo la experiencia de los turistas algo incómoda y desagradable, pero la gran inmensidad de los pasajeros lo acepta y continúa realizando estas actividades igual o en mayor medida que antes de estos sucesos.

En definitiva, está claro que el turismo ha hecho frente en los últimos años a un elevado número de fenómenos catastróficos, que han puesto a prueba su

capacidad de resiliencia. Pero, a pesar de todas ellas, la industria ha continuado creciendo de manera exponencial, lo que demuestra la rápida capacidad de adaptación frente a las adversidades de la actividad turística.

4. Objetivos, hipótesis y metodología.

Tomando como base el marco teórico y conceptual de este trabajo, en el que se expone la tipología de las crisis en el turismo y la capacidad de resiliencia de la industria para salir de ellas, la principal hipótesis planteada consiste en que las singularidades del sector turístico en Canarias afectarán al impacto de la crisis producida por el covid-19 y a la dinámica de su recuperación.

Para fundamentar esta primera hipótesis, el objetivo general estará basado en analizar la teoría sobre las crisis turísticas, sus antecedentes a nivel internacional y las peculiaridades que posee el modelo turístico canario para comprender las repercusiones que está teniendo la crisis turística actual en el archipiélago. El cumplimiento de esta meta recaerá sobre la realización previa una serie de objetivos específicos que consistirán principalmente en llevar a cabo un análisis del impacto y la recuperación de crisis anteriores y del modelo turístico canario, a través de un exhaustivo análisis bibliográfico. Todo ello permitirá comprobar si la hipótesis que se plantea inicialmente tiene visos de verosimilitud de cara a obtener algunas conclusiones y recomendaciones relevantes para la salida de la crisis.

Por lo tanto, la metodología utilizada en este estudio combina aspectos cualitativos y cuantitativos. Está basada principalmente una búsqueda de información secundaria, a través de la revisión de trabajos académicos y datos estadísticos para reconstruir los antecedentes y clarificar la situación actual.

5. Características de la crisis turística internacional vinculada al covid-19.

El covid-19 es una enfermedad infecciosa descubierta recientemente, causada por el virus SARS-CoV-2. El primer brote apareció en la ciudad de Wuhan (China) en diciembre de 2019, y fue declarado pandemia por la Organización Mundial de la Salud el 11 de marzo de 2020 (Spinelli y Pellino, 2020).

Hasta la actualidad, se han producido 10.694.288 casos confirmados de la enfermedad en todo el mundo. De este número, 5.480.394 personas han sido curadas, y se han producido 516.210 fallecimientos (WHO, 2020). Se debe tener en cuenta que las estadísticas cambian rápidamente por lo que es posible que no reflejen los casos confirmados recientes a la publicación de este trabajo. Por otro lado, sólo incluyen las personas a las que se ha hecho el test y han dado positivo.

Tabla 1. Casos confirmados, curados y fallecidos de la enfermedad por países (03/07/2020).

País	Casos Confirmados	Curados	Fallecidos
EE. UU	2.741.841	844.233	130.147
España	250.103	150.376	28.368.
Italia	240.961	191.093	34.818
Reino Unido	313.487	-----	21.678
Todo el mundo	10.694.288	5.480.394	516.210

Fuente: WHO covid-19 situation report

Por lo general, los síntomas más comunes son leves, sobretudo en niños y adultos jóvenes. Sin embargo, las personas mayores y aquellas con otras afecciones médicas, tienen más probabilidades de desarrollar los síntomas más graves. A día de hoy no existe ningún tratamiento específico para prevenir o curar el covid-19, las medidas se basan en tratar los síntomas para aliviarlos y mantener las funciones vitales.

Cabe destacar varios conceptos pertinentes para entender las características del covid-19. En primer lugar, la tasa de mortalidad es la proporción en porcentaje, de personas diagnosticadas con la enfermedad que mueren. En este caso, la

tasa de mortalidad del covid-19 se sitúa alrededor del 3%, mucho menor que la de sus virus hermanos, el SARS y el MERS, que se sitúan en el 9.6% y el 34%, respectivamente. En segundo lugar, la tasa de infección es la probabilidad o riesgo de infectarse en una población determinada durante un período de tiempo específico, expresada en porcentaje. La tasa de infección del covid-19 parece ser más alta que la de la gripe estacional (1,3%) y la del MERS (0,92%), pero mucho más baja que la del SARS (3%) (Abiad, Arao y Dagli, 2020).

Tabla 2. Tasas de mortalidad y de infección del covid-19 y otras enfermedades.

	Tasa de Mortalidad	Tasa de Infección
Gripe estacional	0,05%	1,3%
SARS	9,60%	3,00%
MERS	34,00%	0,92%
Covid-19	3,00%	1,50%

Fuente: Abiad, Arao y Dagli (2020).

La sociedad actual no se había enfrentado nunca a una situación similar a la provocada por el covid-19. Esta situación es mucho más desafiante y compleja que otras crisis anteriores, ya que la causa de la recesión es un shock que tuvo su origen fuera de la esfera económica y financiera, por lo que encontrar una solución es una gran incertidumbre. En los últimos años se pensaba que el mundo se dirigía hacia un cambio de conciencia basado en la preocupación por el cambio climático y el respeto al medioambiente. La industria turística incorporaba esta preocupación como una tendencia y desarrollaba propuestas para adaptarse a las nuevas demandas de los viajeros, sin poder imaginarse que en el primer trimestre del año 2020 se producirá un parón mundial de la actividad sin precedentes, debido a las medidas de emergencias impuestas por la pandemia. Hasta ese entonces, el sector turístico estaba obteniendo buenos resultados generales, realizándose casi 4.400 millones de vuelos en el año 2018

y contribuyendo al PIB mundial en un 10,4% en el año 2019. Sin embargo, estos datos no impiden que la industria se haya visto enormemente perjudicada por los impactos del covid-19 (Santos del Valle, 2020).

El mundo en general, y el sector en particular, se dirigen hacia un cambio de paradigma. Esta pandemia mundial ha sido un fenómeno imprevisto en términos de naturaleza y de alcance global, que ha tenido impactos principalmente sobre la sanidad, pero también sobre la economía y la industria turística, que no se ha librado de estos efectos. Está claro que la duración en el tiempo y la dimensión de la crisis sanitaria marcará el impacto que tendrá la pandemia sobre el resto de dimensiones, y a medida que este sector avance hacia su recuperación, los problemas económicos y sociales tendrán mayor relevancia.

Según estima la Organización Mundial de Turismo, los movimientos turísticos podrían caer este año entre un 20% y 30%, respecto al año 2019. Además, las restricciones de viaje sin precedentes que se impongan para contener la expansión del virus pueden provocar un desplome de los ingresos de hasta 410.000 millones de euros. Para entender la magnitud de tales pérdidas, cabe destacar que la industria turística acabó 2019 con casi 1.5000 millones de llegadas de turistas internacionales, sumando 10 años de crecimiento consecutivo, y en el año 2020 se prevé un descenso de hasta 450 millones de viajeros, lo que supondría una caída de los ingresos por turismo internacional de entre 273.000 y 410.000 millones de euros.

Otra dimensión que se verá afectada de manera intensa es la economía. La economía global actual se encuentra en un estado de volatilidad sin precedentes, lo que provoca el colapso de las principales estructuras económicas, afectando de nuevo a la industria turística en especial. La caída de la actividad productiva tendrá graves consecuencias sobre el poder adquisitivo de los turistas, ya que disminuirán sus ingresos y su disposición a viajar se verá enormemente reducida. Además, la gran incertidumbre sobre el comportamiento del virus y la efectividad de las medidas de confinamiento de la población agravan la situación, y podría desembocar en un escenario complicado a nivel global para la economía a corto plazo. El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé para 2020 una recesión similar o superior a la que se produjo durante la crisis financiera de

2008, pero a largo plazo las previsiones son más luminosas, esperando una recuperación durante el año 2021, siempre que se lleve a cabo la contención del virus (Global Journey Consulting, 2020).

Por último, la crisis también generará cambios en el comportamiento de los turistas. Gracias a fenómenos catastróficos anteriores se ha podido comprobar que los turistas son muy propensos a olvidar estos acontecimientos rápido y no han provocado alteraciones relevantes en su forma de actuar. Sin embargo, en el caso de la crisis producida por el covid-19 el confinamiento de la gran mayoría de la población mundial en sus hogares durante semanas ha cambiado la percepción de la realidad y la escala de valores sociales, familiares y personales, y también ha fomentado el aprecio de la libertad y de las actividades de ocio. Se prevé que se pueden producir cambios en la manera de viajar, debido a la extendida práctica de la distancia social y el miedo. Además, la preocupación de los turistas por la seguridad será un elemento clave para decidirse entre un destino u otro.

Es necesario tener en cuenta que los efectos del covid-19 aún no pueden ser analizados en profundidad y las predicciones que se exponen en este trabajo están basadas en supuestos, que, aunque probablemente sean los más acertados, pueden cambiar radicalmente en poco tiempo debido a la gran incertidumbre que caracteriza esta crisis.

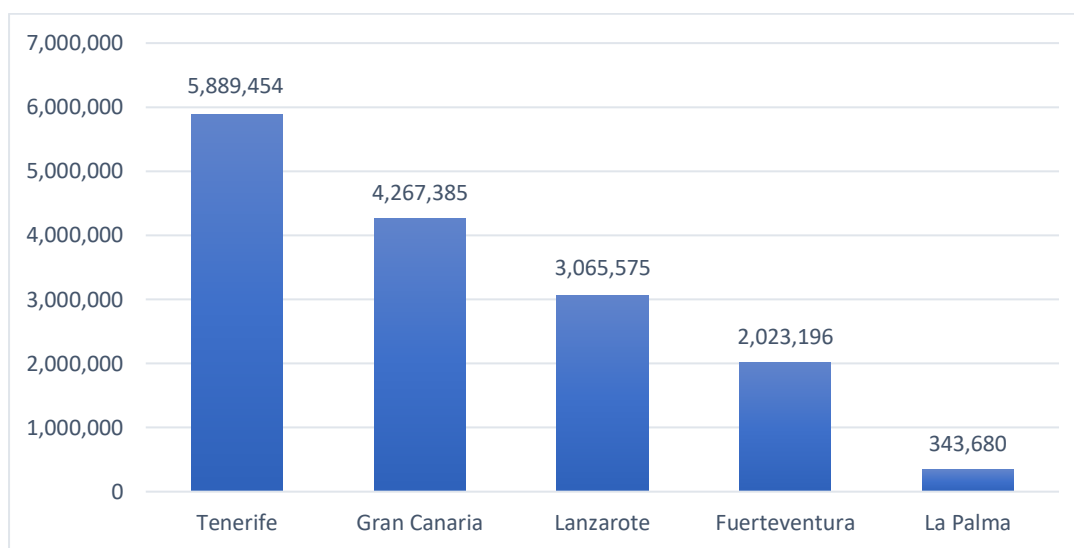
6. El modelo turístico de Canarias y sus principales indicadores antes de la crisis.

Para comprender las repercusiones que está teniendo la crisis turística producida por el covid-19 en el archipiélago, es necesario analizar su modelo turístico y sus principales indicadores económicos. Las Islas Canarias son una Comunidad Autónoma de España que está compuesta por 8 islas, situadas en el Océano Atlántico, a unos 1300 km de la Península Ibérica. El archipiélago tiene una extensión de 7500 km² y una población de 2,153 millones de habitantes en 2019. Las principales características de las islas son sus condiciones climáticas suaves y su biodiversidad y riqueza del paisaje. Estas peculiaridades han favorecido que la principal actividad económica sea el

turismo, llegando a contribuir en un 35% al PIB de las islas y en un 40% al empleo en 2018, y alcanzando cifras de llegadas de 15 millones de turistas, convirtiéndolo en uno de los destinos más competitivos a nivel nacional y europeo (Exceltur y Gobierno de Canarias, 2019).

Dentro del territorio hay cuatro islas que reciben principalmente los flujos turísticos. En primer lugar, se encuentra la isla de Tenerife, con 5,8 millones de llegadas de turistas en 2018; En segundo lugar, la isla de Gran Canaria con 4,4 millones de turistas; En tercer lugar, Lanzarote, con 2,9 millones y, por último, Fuerteventura, recibiendo 2,1 millones de turistas (ISTAC, 2020). Las tres islas restantes, La Gomera, La Palma y El Hierro tienen una actividad turística más reducida, al igual que La Graciosa, la más pequeña de las islas, que se encuentra poco poblada.

Gráfico 1. Llegadas de turistas a Canarias por isla en 2019.



Fuente: ISTAC

El archipiélago canario recibió 15,5 millones de turistas en el año 2019. De estas llegadas, el 89% son turistas extranjeros, mientras que el 11% restante corresponde a visitantes que provienen de otras Comunidades Autónomas españolas. El principal país emisor de estos turistas extranjeros es Reino Unido, superando los 5 millones de llegadas y representando el 30% de los turistas que visitan las islas. El segundo país emisor es Alemania, con algo más de 3 millones de turistas, representando el 20%. El archipiélago también recibe turistas de

otros países, que, aunque sean menor en número, también son relativamente importantes, como es el caso de los países nórdicos que representan un 11% de las llegadas (ISTAC, 2020). Respecto a los principales indicadores turísticos, las Islas Canarias tuvieron un total de 102 millones de pernoctaciones en 2019, con una estancia media de 7,35 días. El gasto medio por turista y viaje fue de 1.135,58 euros (alojamiento, transporte y alimentación principalmente) (ISTAC, 2020). En cuanto a los principales indicadores hoteleros, el RevPar y ADR ascienden a 64,34€ y 84,35€, respectivamente (ISTAC, 2020).

6.1. Turoperadores y paquetes todo incluido.

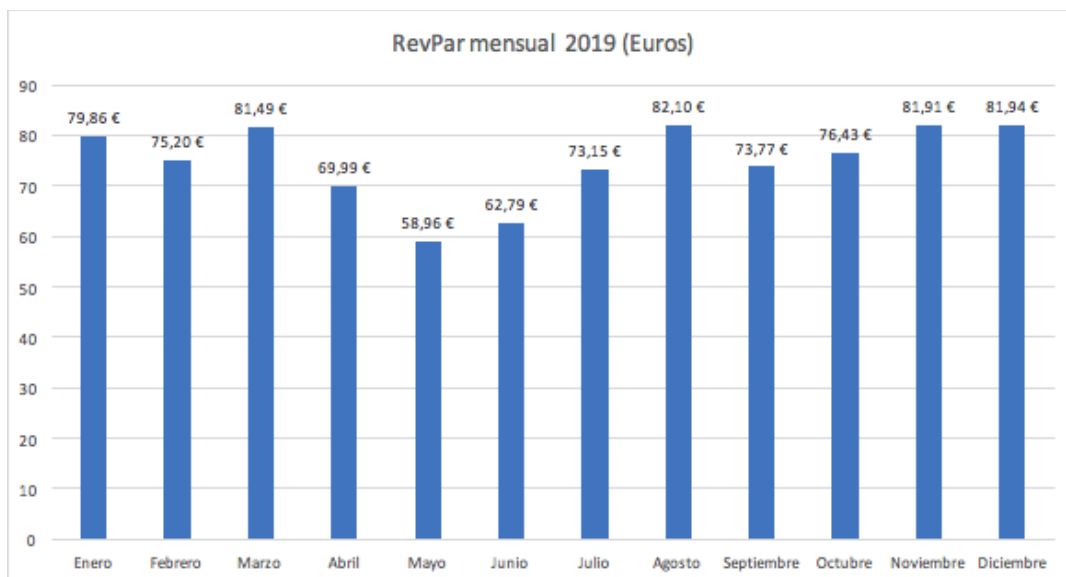
Una de las características fundamentales de Canarias como destino turístico son la presencia de turoperadores y los paquetes todo incluido. Las singularidades de las islas han permitido desarrollar una oferta turística de calidad, basada en el modelo turístico masivo de sol y playa y apoyado por turoperadores turísticos nacionales e internacionales. A lo largo de las pasadas décadas, el paquete todo incluido era una de las opciones más atractivas para contratar las vacaciones, por lo que se convirtió en la alternativa favorita de los turistas para viajar a los destinos europeos de sol y playa. En el caso de las Islas Canarias, el uso del paquete turístico ha sido prácticamente mayoritario desde la aparición del destino. Aún hoy, que la compra por internet está altamente extendida, el porcentaje de turistas que llegan al archipiélago a través de un paquete turístico es bastante alto, alcanzando el 59% en el año 2018. De estos paquetes, un 30% pertenecen a la categoría de todo incluido (Hernández Martín et al., 2019).

6.2. Estacionalidad

Otra característica principal del modelo turístico canario es la ausencia de estacionalidad. A diferencia de otros destinos turísticos, en los que el número de llegadas de turistas se ve incrementado en los meses de verano en comparación con los meses de invierno, Canarias se mantiene estable a lo largo de todo el año. La causa de esta ausencia es el clima único de las islas, como ya se ha comentado en anteriores ocasiones. Las condiciones climáticas en los principales países emisores y destinos turísticos competidores son muy diferentes a las que se encuentran en el archipiélago.

Las temperaturas medias en los meses de invierno en los países emisores como Reino Unido y Alemania no sobrepasan los 10°C, mientras que en Canarias se encuentra sobre los 22°C. En el caso de los principales competidores directos, los únicos destinos con temperaturas similares en son Egipto y Marruecos. Sin embargo, estos países alcanzan temperaturas extremadamente más altas durante los meses de verano, alcanzando los 35°C. mientras que las Islas Canarias se mantienen con una temperatura más estable, rondando los 26°C (Hernández Martín et al., 2012). A pesar de esta estabilidad a lo largo del año, se puede apreciar que las Islas Canarias tienen una temporada alta en invierno, ya que es el período en el que se recogen los precios más elevados. En la temporada de invierno de 2019, el RevPar en los hoteles se encontraba aproximadamente en 80€, mientras que en los meses de verano llega a disminuir por debajo de los 60€ (ISTAC, 2020).

Gráfico 2. RevPar mensual 2019.



Fuente: ISTAC

6.3. Seguridad

La elección del destino turístico está condicionada por diferentes factores como es el precio, la calidad, la oferta o la seguridad. Este último es un factor que cada vez tiene más relevancia cuando se debe escoger un destino ya que, según Ritchie (2009), la seguridad es uno de los aspectos fundamentales para el

desarrollo de la actividad. El desafío de la seguridad siempre ha estado presente en el sector turístico, que como se ha visto en apartados anteriores de este trabajo, ha sido afectado en numerosas ocasiones por catástrofes naturales, atentados terroristas y otros tipos de problemas. A parte del turismo de sol y playa como motivo de elección de Canarias para los turistas, también influye la inestabilidad en otros destinos competidores como África o Turquía. La situación de inseguridad de estos destinos, creada por sucesos como la primavera árabe o los atentados terroristas, ha hecho que se redirija su flujo de turistas hacia el archipiélago. Este hecho ha beneficiado al crecimiento turístico de las islas, mientras que países como Egipto han visto disminuido el número de llegadas de turistas y sus ingresos entre los 2010 y 2015. Por lo tanto, los niveles de seguridad de Canarias se perciben como impecable a nivel internacional y lo posicionan como un destino atractivo.

6.4. Transporte aéreo

El transporte aéreo se ha convertido en los últimos tiempos en un aliado esencial de la industria turística. Asegurar la circulación de personas y mercancías en una economía globalizada es un factor de competitividad primordial. En el caso de Canarias, debido su naturaleza insular y a su lejanía con el continente europeo, este valor estratégico se incrementa y las conexiones aéreas se convierten en una pieza fundamental para el desarrollo de la actividad turística. Esta dependencia del transporte aéreo supone la explicación para el alto porcentaje de turistas que llegan a las islas por medio de turoperadores turísticos, que ofrecen vuelos a las islas desde los principales aeropuertos de Europa.

El archipiélago cuenta con 8 aeropuertos distribuidos a lo largo de sus islas (Aeropuerto de Fuerteventura, Aeropuerto de La Gomera, Aeropuerto de Gran Canaria, Aeropuerto de El Hierro, Aeropuerto César Manrique de Lanzarote, Aeropuerto de La Palma, Aeropuerto de Tenerife Norte y Aeropuerto internacional Reina Sofía de Tenerife Sur), de los cuáles 6 reciben vuelos internacionales. A parte de los aeropuertos, el archipiélago contaba con una oferta programada de 3.127.730 plazas de avión durante la temporada de verano de 2020, cifra que iguala las ofertadas durante el mismo período de 2019. Este hecho remarca la buena conectividad aérea de Canarias, y permite obtener

mejoras en los flujos de turistas hacia el destino y en la rentabilidad del sector turístico. Sin embargo, estas previsiones se vieron afectadas por la crisis del covid-19, lo que demuestra lo dinámico que es el sector del transporte aéreo. También es necesario destacar que las Islas Canarias se consideran una región ultra periférica de la Unión Europea. Como tal, sus residentes se benefician de subvenciones en el transporte aéreo, tanto a la Península como entre las propias islas, lo que ayuda a mejorar la movilidad. En definitiva, la gestión de la conectividad aérea en un destino tan dependiente del turismo es una cuestión crucial para que el sector turístico del archipiélago sea más competitivo.

6.5. Alquiler vacacional

En las Islas Canarias, el fenómeno del alquiler vacacional no es una novedad, ya que el alquiler de apartamentos privados para uso turístico se ha dado en el archipiélago desde mucho antes que surgiera esta tendencia en el resto del mundo. Sin embargo, en los últimos años se está produciendo un aumento considerable de esta práctica, fomentado por la aparición de páginas webs que facilitan el contacto entre los propietarios y los futuros huéspedes, actuando como canal de intermediación.

En Canarias se contabilizaron 32.832 viviendas de alquiler vacacional en el año 2018, lo que supone 139.607 camas. La oferta total de este tipo de alojamiento se estimó en 553.643 camas (inscritas y no inscritas) para ese mismo año, por lo que se puede afirmar que las viviendas vacacionales representaron el 25% (Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, 2018). Según Simancas et al. (2017), las viviendas vacacionales dinamizan el mercado de alojamiento turístico canario de manera excepcional, incrementando la competitividad, disminuyendo los precios y aumentando la variedad disponible para los consumidores. Sin embargo, a pesar de estas ventajas, se han generado una controversia en torno a este tipo de oferta alojativa, provocando un enfrentamiento entre aquellos que consideran que debe ser regulada y los que la consideran una oferta ilegal que favorece a la economía sumergida.

6.6. Importancia de hoteles de 4 y 5 estrellas

Otro rasgo distintivo que se puede encontrar en el modelo turístico canario es su oferta alojativa. Las Islas Canarias poseen una estructura alojativa formada por 646 establecimientos hoteleros abiertos en el año 2019 (ISTAC, 2019). De ellos, 317, es decir, el 49%, pertenecen a la categoría de 4 y 5 estrellas. La isla que posee más hoteles de estas categorías es Tenerife, con 124 establecimientos, situados principalmente en los municipios de Arona y Adeje. La isla de Gran Canaria es la siguiente, con 82 establecimientos hoteleros, la mayoría ubicados en el municipio de San Bartolomé de Tirajana (ISTAC, 2019). Este hecho pone de referencia los realizados por Canarias para atraer a un segmento de mercado con mayor poder adquisitivo, apostando por impulsar un turismo de calidad y utilizándose como elemento de diferenciación y de fidelización de los turistas que visitan el destino.

Tabla 3. Hoteles de 4 y 5 estrellas en Canarias por Islas en 2019.

Isla	Hoteles de 4 y 5 estrellas
Lanzarote	47
Fuerteventura	54
Gran Canaria	82
Tenerife	124
La Gomera	4
La Palma	5
El Hierro	-
Total Canarias	317

Fuente: ISTAC (2019)

6.7. Debilidad de la red local de proveedores.

Las características geográficas del archipiélago canario en su conjunto y de cada isla en particular, influyen en el desarrollo de la actividad turística, ya que el turismo es un sector que requiere de un uso intensivo de recursos naturales. Este uso produce conflictos entre la industria turística y el resto de sectores económicos, como el sector primario o secundario. Asimismo, también genera que el sector turístico canario sea altamente dependiente de los recursos importados del extranjero y de la Península, entre los que destaca la alimentación y las maquinarias y equipos de transporte. Sin embargo, el archipiélago también exporta algunos productos como petróleo y provisiones a buques y aeronaves (ISTAC, 2020).

7. Evolución de la crisis turística actual con especial referencia a Canarias

Como bien se apuntó en los antecedentes de este estudio, la complejidad y dinamicidad del turismo la convierte en una industria tremendamente vulnerable ante los fenómenos negativos como la actual crisis que se está viviendo mundialmente. Recordemos que, según la clasificación de Glaesser (2006) de las fases de una crisis, la pandemia covid 19 se encuentra en la fase aguda, donde sus efectos negativos se perciben y se lucha para combatirlos.

Por ello, una vez analizado el modelo turístico del archipiélago y sus indicadores económicos fundamentales, es necesario definir la evolución que ha tenido la crisis turística actual surgida como consecuencia de la pandemia de covid-19, para ver si tiene comportamientos similares a las anteriores catástrofes a las que se ha tenido que enfrentar el sector turístico. Más concretamente, este apartado tratará de puntualizar cómo la crisis ha afectado a las particularidades del destino turístico canario, centrándose en cuatro variables claves: la evolución de la crisis sanitaria, la evolución de la crisis económica, las restricciones a la modalidad y los cambios en el comportamiento de los turistas.

7.1. Evolución de la crisis sanitaria

En cuanto a la evolución de la crisis sanitaria en el archipiélago, es necesario conocer los datos publicados por las administraciones públicas para poder tener una visión del impacto que la pandemia ha tenido en las islas. La ventana temporal de la crisis del coronavirus en Canarias comienza el 30 de Enero de 2019, confirmándose en la isla de La Gomera el primer caso de covid-19, que a su vez fue el primero en España. Casi un mes más tarde, el 23 de febrero de 2019, se advierte de un caso positivo en un hotel situado en la isla de Tenerife, lo que obligó a poner al complejo alojativo y a todos sus huéspedes en cuarentena. Sin embargo, no es hasta el 13 de marzo cuando se produce el primer fallecimiento por causa del virus en las islas.

Según el último informe publicado por el Gobierno de Canarias, a día 2 de Julio de 2019, se han producido un total de 2.441 casos confirmados desde el inicio de la pandemia. De este total, 162 han fallecido, 2.218 han sido dados de altas y 61 siguen en activo. La isla de Tenerife ha sido la más afectada, con 1.502 casos, seguida por la isla de Gran Canaria, con 608 casos. Las islas restantes también han reportado casos, pero en menor medida que las primeras: La Palma con 107 casos, Lanzarote con 85 casos, Fuerteventura con 85 casos, La Gomera con 8 casos y el Hierro con 3 casos. Estos datos colocan al archipiélago entre las provincias de España con menor tasa de incidencia de la enfermedad, con 113,36 positivos por cada cien mil habitantes (Gobierno de Canarias, 2020). Otras regiones que han registrado menor incidencia de la pandemia son Andalucía, Baleares y las ciudades de Ceuta y Melilla. En el lado opuesto, se encuentran las comunidades de Madrid, Cataluña y Castilla y León.

En el contexto sanitario, es necesario destacar el concepto novedoso de distanciamiento social. Debido a la manera en la que se produce la propagación del virus, las autoridades sanitarias recomiendan reducir el contacto físico y cercano entre personas lo máximo posible, como medida de contención de la pandemia. Esto supuso evitar aglomeraciones y lugares públicos frecuentados por alto número de individuos. Obviamente, este condicionante tiene una fuerte incidencia sobre la actividad turística, y ha provocado cambios en su dinámica. Por lo tanto, la industria turística deberá integrar este tipo de procesos sanitarios en su cadena de valor, ya que el distanciamiento social se ha convertido en un proceso vital cuya práctica va a extenderse en el tiempo.

7.2. Crisis económica

En el contexto de Canarias, la era post covid-19 va a venir de la mano de la incertidumbre, al igual que en el resto del mundo. Este episodio insólito va a evaluar al archipiélago como destino turístico, así como su capacidad de dar respuesta ante una situación incierta como la actual. A parte de los efectos producidos en la vida de millones de habitantes, la ralentización económica sin precedentes producida como consecuencia de la pandemia va a tener una incidencia sobre las finanzas públicas a largo plazo, y a su vez aumentará la incertidumbre a nivel financiero. Para luchar contra esta incertidumbre, será necesario crear una serie de herramientas e instrumentos moduladores, como la intervención pública, que ayude a mantener ingresos y estimular la economía, y el sector privado, que tendrá que realizar un gran esfuerzo de innovación y adaptación para aprovechar las nuevas oportunidades que puedan surgir de esta situación.

En cuanto los efectos concretos que tendrá de la crisis producida por el covid-19 en la economía de Canarias, la magnitud principal que ayuda a medir este impacto es PIB. Es decir, se deberá analizar el impacto que el descenso repentino de la demanda provocará en el Producto Interior Bruto de las islas. Para el comportamiento de este descenso, El Instituto Canario de Estadística (2020) ha elaborado un informe en el que propone tres posibles escenarios, que variarán en función de la duración del estado de alarma, la fecha de reactivación de las actividades económicas afectadas por el estado de alarma, el restablecimiento de las conexiones aéreas y la apertura de los establecimientos turísticos y de ocio. Estos escenarios se exponen a continuación:

- Escenario pesimista: En este escenario se logra alcanzar el millón de pernoctaciones entre los meses de Abril y Diciembre, así como una llegada de turistas a partir del mes de Octubre, con mayor afluencia de turistas nacionales y canarios, y posterior incorporación de turistas extranjeros. Este hecho supondría alcanzar el 21,5% de los turistas recibidos en 2019. En esta hipótesis, el gasto de los turistas se vería reducido en un 82,7% y el gasto de los residentes en un 19,8%. En cuanto al gasto en consumo final de las AAPP, caería en un 4%; la formación bruta de capital caería un 44%, las exportaciones de bienes y

servicios se reduciría en un 35% y las importaciones en un 39%. En su conjunto, el PIB sufriría una caída del 32,3%.

- Escenario intermedio: Este escenario supone que se logran alcanzar los 5.5 millones de pernoctaciones entre los meses de Abril y Diciembre, así como una llegada progresiva de turistas a partir del mes de septiembre, con mayor afluencia de turistas nacionales y canarios, y posterior incorporación de los turistas extranjeros. En esta hipótesis, se alcanzaría el 26% de los turistas que se recibieron en 2019, casi cinco puntos porcentuales más que en la hipótesis anterior. En este caso, el gasto de los turistas se vería reducido en un 77,4% y el gasto de los residentes en un 15,5%. Asimismo, el gasto en consumo final de las AAPP aumentaría en un 3%; la formación bruta de capital caería un 34%; las exportaciones de bienes y servicios se reduciría en un 28% y las importaciones en un 25,5%. En su conjunto, el PIB sufriría una caída del 26,3%.
- Escenario optimista: En este escenario se logra alcanzar los 9,5 millones de pernoctaciones entre los meses de Abril y Diciembre, así como una llegada de turistas a partir del mes de agosto, con mayor afluencia de turistas nacionales y canarios, y posterior incorporación de turistas extranjeros. Este hecho supondría alcanzar el 29% de los turistas recibidos en 2019, tres puntos porcentuales más que en el escenario anterior. En esta hipótesis, el gasto de los turistas se vería reducido en un 72,5% y el gasto de los residentes en un 10%. En cuanto al gasto en consumo final de las AAPP, aumentaría en un 8,4%; la formación bruta de capital caería un 19%, las exportaciones de bienes y servicios se reduciría en un 21% y las importaciones en un 24,5%. En su conjunto, el PIB sufriría una caída del 20,4%.

Se estima que el horizonte temporal para que Canarias se recupere de la crisis económica será aproximadamente de un año. Como se ha mencionado anteriormente, en el caso concreto de esta crisis no se puede asegurar forma tomará la curva de su recuperación, ya que depende de muchos factores. En los antecedentes de esta investigación se mencionaba que la creencia generalizada era que se produjera un escenario en forma de U o incluso en forma de *Nike*, que corresponde con el escenario intermedio, que hundirá la economía en un 26%. Por lo tanto, se descarta una caída en forma de V, es decir, con una

recuperación rápida y con pocas secuelas, ya que la reactivación de la economía se realizará de manera paulatina, y se necesitará un tiempo para recuperar los niveles económicos que se estaban alcanzando antes de la pandemia (Carlsson-Szlezak, Reeves y Swartz, 2020).

Además, todos los indicios apuntan a que Canarias será una de las Comunidades Autónomas más afectadas por la repentina crisis. El archipiélago tendrá mayores dificultades que el resto del territorio español para recuperarse, como ya ocurrió durante la crisis económica del año 2008, debido a su elevada dependencia del turismo, que aporta el 35% del PIB. Además, debido a su característica insular, la realidad turística canaria no es uniforme, ni por islas ni por zonas turísticas. Por lo tanto, la recuperación tampoco será homogénea dentro del propio archipiélago.

Está claro que esta recuperación vendrá de la mano de la reactivación del turismo. Primero, tendrá que restablecerse la conectividad aérea, y producirse la reapertura de los hoteles de las islas. Sin embargo, esto no será posible sin que se recuperen las economías de los principales países emisores de turistas como Reino Unido y Alemania, que también están sufriendo los estragos del coronavirus. Además, también deberá reactivarse la economía española, para atraer a los turistas nacionales procedentes de la península, hasta que se produzca la reactivación total de los flujos internacionales. En definitiva, la recuperación de la industria turística canaria depende de la rapidez con la que se recuperen las economías de los países del exterior.

7.3. Restricciones a la movilidad

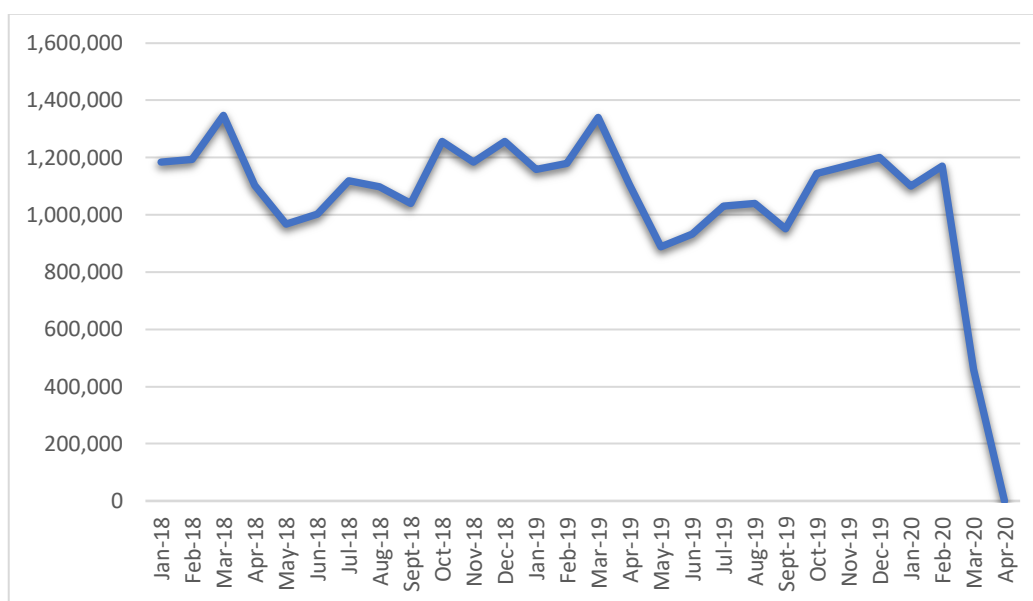
Uno de los aspectos más importantes de la crisis actual, y que más afecta a la industria turística es la restricción a la movilidad de las personas, tanto en origen como en destino. Esta situación es nueva y desconocida hasta el momento para el mundo en general, ya que tras la declaración de la epidemia se ha pasado de políticas de apertura de los países que favorecían la llegada de turistas a implementar de manera brusca acciones de bloqueo y cierres estrictos de fronteras. Vinculado a estas restricciones se encuentran los medios de

transporte como las líneas aéreas. Las consecuencias para las aerolíneas están enormes y se están produciendo grandes pérdidas económicas.

Según un informe publicado por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA), se estima que las aerolíneas pierdan alrededor de 55.000 millones de euros en reservas hasta finales de junio de 2020. Esta situación se produce como consecuencia de la caída de la demanda en un 38%, con respecto al año anterior. A esto se unen los costes de devolución de los billetes cancelados, que provocarán una pérdida de 31.800 millones de euros. Posiblemente, la salida de esta crisis se lleve a cabo a través del desmantelamiento paulatino de estas restricciones, que se realizará de menor a mayor escala, terminando por liberar todo el mundo. Sin embargo, este proceso será largo y tedioso, y mientras tanto, la actividad turística seguirá paralizada.

Además, esta atenuación de la hipermovilidad globalmente ha afectado especialmente a Canarias llegando a paralizar su actividad turística por completo, como se puede ver en el siguiente gráfico que muestra las llegadas de turistas al archipiélago durante 2019 y 2020, ya que su característica insular obliga a que el principal medio de transporte para llegar sea el aéreo.

Gráfico 3. Llegadas de turistas internacionales por meses a Canarias.



Fuente: ISTAC

En este gráfico se puede apreciar como las llegadas de turistas se mantienen relativamente estables a lo largo de los años 2018 y 2019, con pequeñas fluctuaciones correspondientes a las temporadas altas y bajas del destino.

Sin embargo, en el primer trimestre de 2020 se produce una caída significativa de las llegadas, pasando de los 1.170.610 turistas en febrero a 459.947 en el mes de marzo. La caída se vuelve aún más significativa en abril, en el que no se produjo ninguna entrada de turistas, debido a las medidas de confinamiento de la mayoría de países del mundo.

Por lo tanto, para remontar esta curva y evitar la parálisis de su sector turístico, el archipiélago canario deberá poner todos sus esfuerzos en atraer el turismo nacional, proveniente de la Península Ibérica, e incluso insular, entre islas, hasta que se recuperen las conexiones internacionales por completo.

7.4. Posibles cambios en el comportamiento de los turistas

Como consecuencia de este escenario de incertidumbre económico y financiero, se producirá un cambio en los consumidores, que tendrá particularmente incidencia en el sector turístico. Mientras se espera por el fin de la pandemia, empezará una etapa de transición en la que se producirán cambios profundos en el comportamiento y las demandas de los viajeros, donde la seguridad será el eje central. Como ya se ha planteado en los antecedentes de esta investigación, los turistas tienden a olvidar los acontecimientos negativos rápidamente. Una prueba de ello son las epidemias de SARS 2002-2003 y MERS 2012-2015, que un principio afectó gravemente a las llegadas de turistas en el continente asiático, provocando una disminución de un 70% o más, pero la industria turística se recuperó rápidamente de los efectos provocados por ambas epidemias.

Por lo tanto, los cambios más drásticos serán producidos por la práctica comentada anteriormente del distanciamiento social. Estos cambios provocarán la aparición de nuevos segmentos de demandas y el aumento de la demanda de ciertos tipos de alojamiento y destino, así como de transporte, restauración y ocio. También se debe tener en consideración que las restricciones a los viajes, favorecerán el turismo nacional dentro de un mismo país, ya que se evitarán

durante un tiempo los viajes al extranjero. Los turistas preferirán alojamientos y destinos que estén situados en entornos rurales naturales, con menor capacidad y alejados de las grandes aglomeraciones. Por lo tanto, los destinos turísticos que primero se recuperarán serán los que sean capaz de ofertar este tipo de productos.

En cuanto a los medios de transporte, los turistas evitarán en la medida de lo posible los aviones y otro tipo de transporte en el que se concentren un alto número de personas, optando por hacer los desplazamientos en coche o incluso en auto caravana (DNA, 2019). En el caso de Canarias, deberá proyectar una imagen de destino seguro y fiable desde el inicio de la actividad turística, haciendo del sector turístico canario un referente en seguridad, capaz de enfrentar los riesgos producidos por la pandemia

En definitiva, el sector turístico mundial, y más concretamente, el canario, se enfrenta en la actualidad a un fenómeno que está poniendo a prueba su capacidad de resiliencia y de adaptación frente a los cambios que se están produciendo dentro y fuera de la industria turística.

8. Lecciones e implicaciones para el sector turístico en Canarias (a modo de conclusión).

Tras el análisis realizado a lo largo de este estudio, está claro que nos encontramos frente a una pandemia sin precedentes. En menos de medio año desde la aparición del virus, se han producido efectos devastadores a nivel sanitario, económico y social. Esta terrible coyuntura afecta especialmente a la industria del turismo, que ha visto cómo su actividad se ha reducido hasta el punto de quedar prácticamente paralizada.

En cuanto a la respuesta de la hipótesis planteada, que en un principio se propone que las singularidades del sector turístico en Canarias afectarán al impacto de la crisis producida por el covid-19 y a la dinámica de su recuperación, y tras realizar un estudio general, se llega a la conclusión de que la hipótesis es correcta, demostrada a través de los datos esclarecedores arrojados a lo largo del trabajo.

Es por ello que a continuación se proponen una serie de iniciativas que van orientadas a transformar la industria turística canaria en un sector que sea capaz de evitar, en la mayor medida posible, los riesgos asociados a esta pandemia y a otras crisis turísticas que se produzcan en un futuro, y poder reducir así su vulnerabilidad frente a sucesos externos. El turismo es el sector perfecto en el que centrarse para recuperar un territorio de una crisis, debido a su resiliencia y su conexión con otras áreas de la economía (De Sausmarez, 2007). Por lo tanto, el gobierno debería centrar parte de sus esfuerzos desde un inicio en este sector.

8.1. Cambios en el modelo turístico

Como ya se apuntó en el análisis del modelo turístico de Canarias, en las islas predomina el turismo masivo de sol y playa apoyado en turoperadores turístico. A pesar de las cifras positivas de los indicadores turísticos, este modelo se encontraba sumido en una transformación provocada por su gradual saturación antes de la actual crisis y sus impactos negativos en el medioambiente y la sociedad eran considerables. A pesar de ello, no es viable plantear una reinención del modelo turístico canario en su totalidad, debido a que la situación actual no se corresponde con una crisis de destino, sino que el sector está recibiendo los efectos inducidos de una pandemia sanitaria. Por lo tanto, el modelo no es la causa central de la crisis y cambiarlo sería una medida demasiado radical. En su lugar, se deberían realizar ajustes a la nueva situación en la que se encuentra. Es imprescindible que los actores turísticos se ajusten a las nuevas demandas para satisfacer las necesidades de los turistas y reforzar la industria turística del archipiélago.

8.2. Cambios en alojamiento

El sector de los establecimientos alojativos también deberá afrontar un cambio radical. Todos los hoteles del mundo deberán adaptarse para guardar las medidas de distanciamiento social y garantizar la seguridad de sus huéspedes, mediante estrictos protocolos de seguridad, para disminuir el riesgo de contagio por covid-19. Este hecho conlleva que los complejos alojativos canarios tengan que realizar importantes inversiones con el objetivo de recuperar la confianza de los clientes.

Para recobrar esta confianza, deberán llevar a cabo una serie de acciones cómo introducir escáneres de temperatura, pruebas de la enfermedad y tareas de limpieza más frecuentes. Además, se deberán evitar las aglomeraciones en sus zonas comunes, por lo que los bufetes deberán desaparecer durante un tiempo, y el uso de las piscinas y el spa deberá tener un aforo limitado. En lo que respecta a las habitaciones, se deberá invertir en máquinas ultravioleta y de ozono, que permitan la desinfección rápida y eficaz del espacio, así como disminuir su decoración, para facilitar su limpieza y digitalizar su acceso, para tener el menor contacto con el personal. En definitiva, el sector hotelero se deberá adaptar a una transformación de la manera en la habían estado ofreciendo su producto tradicionalmente si quiere seguir creciendo tras esta crisis.

8.3. Tecnología

La tecnología va a ser uno de los elementos claves que ayudará a superar esta crisis sin precedentes. Es por ello que el turismo en Canarias, y a nivel mundial, debe aprovechar esta situación para acelerar los procesos de innovación y de transformación digital que ya se estaban empezando a llevar a cabo dentro de la industria. Esta transformación digital deberá ser integral, comenzando por el destino y pasando por las empresas y trabajadores que las forman. Los sucesos vividos durante estos últimos meses han destacado el papel fundamental de las tecnologías en la vida cotidiana, por lo que fomentar la transformación digital del sector turístico aumentará su resiliencia.

De esta unión entre turismo e innovación surgen conceptos tan interesantes como los Smart Destinations, que son áreas turísticas cuya gestión está basada en una infraestructura tecnológica. Este tipo de destinos permite la interacción en tiempo real del turista con su entorno y mejora su experiencia, ya que permite ofrecer un producto de calidad. Además, este sistema tecnológico permite recabar una gran cantidad de información y analizarla, lo que permitirá adaptarse más rápidamente a las demandas de los turistas. Aunque ya se han llevado a cabo los primeros pasos en este tipo de proyecto en algunos lugares del archipiélago, como es el caso de la isla de El Hierro, convertida en la primera Smart Island del mundo, o los municipios de Puerto de la Cruz y Arona, es

necesario que todo el destino se sume a esta iniciativa para mejorar su gestión y su competitividad.

8.4. Formación para la resiliencia

Relacionado estrechamente con la tecnología está el aspecto de la formación. Una buena formación permite al sector turístico estar mejor preparado para hacer frente a tiempos de incertidumbre e inseguridad. Para luchar contra estas eventualidades, es necesario promover la educación de las empresas y los trabajadores a través del aprendizaje digital y la formación online, con el objetivo de descubrir oportunidades que permitan el crecimiento del sector turístico de las islas, y poder hacer frente a los nuevos protocolos y medidas de seguridad que se instauraron a raíz del covid-19.

8.5. Mayor autosuficiencia alimentaria

La difícil situación causada por la crisis sanitaria ha puesto de manifiesto la necesidad de que las Islas Canarias tengan un plan de autosuficiencia alimentaria, debido a su extremada dependencia del exterior. El archipiélago tiene un grado de autoabastecimiento demasiado bajo. Sólo el 20% de los alimentos que se comercializan en las islas son de producción local, siendo el resto importaciones (Godenau et al. 2017). Este hecho no es conveniente en una región ultraperiférica como el archipiélago, ya que debe poseer un sector primario potente que asegure la autosuficiencia en lo que respecta a la alimentación. Por lo tanto, se debería realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentran las islas para posteriormente diseñar una estrategia que impulse el crecimiento del sector agrícola, ganadero y pesquero, siempre de una manera sostenible.

8.6. Diversificación: económica, de mercados de origen

Como ya se ha señalado repetidas veces a lo largo de este trabajo, la economía de Canarias está basada principalmente en el sector terciario, más concretamente en la actividad turística. El resto de sectores, como el sector agrario y el industrial tienen un peso mucho menor. Por lo tanto, el archipiélago debe encontrar el equilibrio entre ser un destino turístico competitivo y la

diversificación económica del territorio, fomentando el desarrollo industrial, la innovación y el conocimiento. Además, como destino turístico deberá diversificar sus mercados de origen, para favorecer que, si se produce algún suceso negativo en alguno de estos mercados, se compense con turistas que lleguen de otros países.

8.7. Compañías aéreas locales

La ubicación geográfica de las Islas Canarias lo convierten en un destino extremadamente dependiente del transporte aéreo. Por ello, la conectividad aérea resulta un foco de interés tanto a nivel público como privado, debido a su relevante papel para atraer un gran número de pasajeros a las islas y para permitir el desplazamiento de los residentes al extranjero.

En la actualidad, Canarias dispone de una extensa red de conexiones aéreas formada por rutas regulares con sus principales mercados emisores y rutas variables con otros muchos países. El archipiélago también cuenta con una compañía aérea local, Binter Canarias, que realiza vuelos interinsulares y rutas que conectan con ciudades de la Península Ibérica, Portugal, Marruecos, Cabo Verde, Gambia, Senegal y Mauritania. Sin embargo, estas conexiones son muy sensibles ante eventualidades que se presenten, como es el cierre de bases de líneas aéreas en Tenerife, Las Palmas y Lanzarote, la quiebra de Thomas Cook y la actual crisis provocada por el covid-19. Por lo tanto, resulta necesario buscar alternativas que permitan sobreponerse ante estos imprevistos.

Una opción que se está llevando a cabo por algunos miembros del sector privado tras estos acontecimientos, es la creación de una nueva compañía aérea canaria. Los hoteleros pertenecientes a Ashotel (Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y el Hierro) han adquirido el primer avión de su flota, que comenzará su actividad en breve, para intentar mejorar la conectividad aérea de Canarias.

No obstante, esta disyuntiva debería estudiarse en profundidad, ya que supondría disponer de una elevada capacidad financiera para su fundación, y una vez establecida, soportar elevados costes fijos. Algunas alternativas que se pueden llevar a cabo más rápida y eficazmente son aumentar el volumen de

rotaciones de otras compañías aéreas, para evitar que se disminuya el número de plazas aéreas frente a posibles pérdidas de bases de aerolíneas; y mejorar las conexiones que posee la compañía aérea local, con el objetivo de aumentar su presencia internacional y abarcar un mayor número de destinos.

8.8. Información y observatorio turístico

Hoy en día, el mundo está formado por un ecosistema muy dependiente de las innovaciones tecnológicas, que favorecen que la información se difunda muy velozmente. Este desarrollo tecnológico también está presente en la industria turística, donde el uso de las TICS genera una enorme cantidad de datos, de los cuales se puede extraer información valiosa.

Dentro del sector turístico, existen instrumentos que pueden ayudar a la gestión de esta información, como es el caso de los observatorios turísticos. Los observatorios turísticos son herramientas que permiten observar la realidad, analizarla y transmitir los resultados a los agentes que forman un destino turístico (Blasco Franch & Cuevas Contreras, 2013). Las Islas Canarias se encuentran actualmente en un proceso de incorporación a la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO) de la Organización Mundial del Turismo. Esta red fue creada en 2004, con el objetivo de conectar destinos turísticos a lo largo de todo el mundo y favorecer el intercambio de información y conocimiento, así como asegurar la sostenibilidad de los destinos.

Con su incorporación, el archipiélago sería el segundo destino español en pertenecer a esta red, junto con Navarra, y se uniría al resto de los 24 observatorios turísticos situados en China, Indonesia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, México, Brasil, Panamá, Grecia, Croacia, Italia y Portugal. En definitiva, esta unión permitirá al destino analizar toda la información que se genere, utilizarla como base en el proceso de toma de decisiones, y descubrir sus principales fortalezas y debilidades, para poder competir de la manera más adecuada con sus principales destinos competidores.

En conclusión, la situación sin precedentes en la que se encuentra la industria turística ha afectado especialmente al modelo turístico canario, debido a sus singularidades y características. Por ello, es necesario realizar una serie de

acciones que ayuden a impulsar la resiliencia de las Islas Canarias en un futuro y el crecimiento sostenible del sector turístico, convirtiéndolo en un destino más fuerte y flexible frente a los cambios actuales, con la finalidad de proyectar hacia sus visitantes una imagen de destino seguro y responsable.

9. Referencias bibliográficas

Abiad, A., Arao, R. M., y Dagli, S. (2020). The Economic Impact of the COVID-19 Outbreak on Developing Asia. Asian Development Bank, People's Republic of China.

Alegre, J., y Pou, L. (2006). *El paquete turístico de todo incluido: un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares*. Mallorca: Universitat de les Illes Balears.

Armas González, A., Armas Sánchez, Ú., Trujillo Martín, A., Rodríguez Rodríguez, Y., Lorente de Las Casas, A., y Hernández Martín, R. (2018). Estructura del sector hotelero en Tenerife. Universidad de La Laguna, La Laguna.

Bernier, E. T., Sánchez, R. R., y Díaz, B. R. (2014). La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la costa del sol. *Revista de análisis Turístico*, (18), 11-18.

Bonham, C., Edmonds, C., y Mak, J. (2006). The impact of 9/11 and other terrible global events on tourism in the United States and Hawaii. *Journal of Travel Research*, 45(1), 99-110.

Blasco Franch, D., y Cuevas Contreras, T. J. (2013). Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, 2013, vol. 3, num. 2, p. 25-34.

Carlsson-Szlezak, P., Reeves, M., y Swartz, P. (2020). What Coronavirus Could Mean for the Global Economy. *Harvard Business Review*.

Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias (2018). El alquiler vacacional en Canarias: demanda, canal y oferta.

Cró, S., y Martins, A. M. (2017). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters?. *Tourism Management*, 63, 3-9.

De Sausmarez, N. (2007). The potential for tourism in post-crisis recovery: lessons from Malaysia's experience of the Asian financial crisis. *Asia Pacific Business Review*, 13(2): 277-299.

DNA Turismo y Ocio (2020). La industria turística y el covid-19: En busca de escenarios y recetas para las nuevas fases que definirán una nueva era del turismo.

Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.

Fernández, J. A. Á. (2001). Respuesta sanitaria en desastres. Enseñanzas del atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York. *Medicina Clínica*, 117(20), 790-792.

Gallego Galán, I. (2015). Vulnerabilidad de los destinos turísticos propuesta de un sistema de indicadores para su gestión. *Papers de Turisme*, (58), 95-97.

Gobierno de Canarias (2020). Informe diario de situación del covid-19 en la Comunidad Autónoma de Canarias. Consultado el 31 mayo 2020.

Godenau, D., Hernández, J. J. C., Rodríguez, G. M., y Gómez, J. I. G. (2017). El grado de autoabastecimiento alimentario de Canarias: propuesta de medición estadística. Gobierno de Canarias.

Global Preparedness Monitoring Board (2019). A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies. Switzerland.

Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Routledge.

Hall, C. M. (2010). Crisis events in tourism: subjects of crisis in tourism. *Current issues in Tourism*, 13(5), 401-417.

Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 228-239.

Hernández Martín, R. 2016. Impactos económicos del turismo. En Simancas Cruz, M. y Parra López, E. (eds.): *¿Existe un Modelo Turístico Canario?* Promotur. Turismo de Canarias, 8-31.

Hernández Martín, R., Marzol Jaén, M. V., Bolaños González, J. I., Santana Talavera, A., Simancas Cruz, M. R., Rodríguez Rodríguez, Y., y García Cruz, J. I. (2012). *El clima en Canarias como recurso turístico frente a sus principales mercados emisores y competidores*. Universidad de La Laguna, La Laguna.

Hernández, M., Simancas Cruz, M., Antonova, N., Padrón Fumero, N., Rodríguez González, P. (2019). Preliminary Report: Tourism Observatory of the Canary Islands. Application to INSTO-UNWTO. Universidad de La Laguna.

Holling, C. S. (2001). Understanding the complexity of economic, ecological, and social systems. *Ecosystems*, 4(5), 390-405.

Exceltur & Gobierno de Canarias (2019). Estudio del Impacto Económico del Turismo: IMPACTUR Canarias 2018.

ISTAC (2020). Estadística del Sector Servicios: Las importaciones en valor en Canarias registraron en marzo de 2020 una caída del 29,7% respecto al mismo mes de 2019.

ISTAC (2020). Establecimientos hoteleros abiertos, plazas ofertadas y habitaciones disponibles según categorías por municipios de alojamiento de Canarias y periodos. Santa Cruz de Tenerife

ISTAC (2020). Entradas de turistas desde el extranjero según comunidades autónomas de destino principal por períodos. Santa Cruz de Tenerife.

ISTAC (2020). Impacto del covid-19 en el PIB y en la llegada de turistas. Simulación por la demanda. Escenarios. Santa Cruz de Tenerife.

ISTAC (2020). Pernoctaciones, viajeros entrados y viajeros alojados según lugares de residencia por islas de alojamiento de Canarias y periodos. Santa Cruz de Tenerife.

ISTAC (2020). Serie enlazada del gasto turístico total según países de residencia por períodos. Santa Cruz de Tenerife.

ISTAC (2020). Turistas que han visitado Canarias según lugares de residencia por períodos. Santa Cruz de Tenerife.

Korstanje, M. (2009). Comprender el 11 de septiembre: ¿ y su impacto en el turismo?. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 21(1): 265-303.

Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., y Huang, B. W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917-928.

Lau, A. L., Chi, I., Cummins, R. A., Lee, T. M., Chou, K. L., y Chung, L. W. (2008). The SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) pandemic in Hong Kong: Effects on the subjective well being of elderly and younger people. *Aging and mental health*, 12(6), 746-760.

Ledesma Rodríguez, F. J., Lorenzo Alegría, R. M., y Martín Rivero, R. (2016). Un estudio sobre la oferta turística alojativa en Canarias. Universidad de La Laguna, La Laguna.

Lessig, R., Grundmann, C., Dahlmann, F., Röttscher, K., Edelmann, J., y Schneider, P. M. (2006). Tsunami 2004—a review of one year of continuous forensic medical work for victim identification. *EXCLI Journal*, 5, 128-139.

McKercher, B., y Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716.

Morillo, M. (2009). Capacidad de resistencia del turismo en épocas de crisis. *SABER. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*, 21(3), 292-305.

Morley, J. (2009). The Shape of Things to Come. *Macroeconomics Advisers´. Macro Focus*, 4(6). 1-11.

Muñiz, D. R. T., y de la Torre, J. Á. (2013). Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: estudio de casos. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, (11), 137-161.

Pine, R., y McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 16. 139-143.

Ren, C.H. (2000). Understanding and managing the dynamics of linked crisis events. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*. 9(1): 12-17.

Ritchie, B. (2009). *Crisis and disaster management for tourism*. Channel View Publications, Clevedon. UK.

Ritchie, B. (2008). Tourism disaster planning and management: From response and recovery to reduction and readiness. *Current issues in Tourism*, 11(4), 315-348.

Roca Bosch, E. y Villares Junyent, M. (2014). Reforzar la resiliencia socioecológica de los destinos turísticos: el caso de la Badía de Roses (Costa Brava). *ACE: Architecture, City and Environment*, 9(25), 493-524.

Santos de Valle, A. (2020). La industria turística y el impacto del covid-19: Escenarios y Propuestas. *Global Journey Consulting*. Madrid Foro Empresarial, Madrid.

Selbst, P. (1978) en Booth S. A. (2015). Crisis management strategy: Competition and change in modern enterprises. Routledge. New York.

Simancas, M. C., Cordovez, R. T., y Zaragoza, M. P. P. (2017). El alquiler vacacional en las áreas turísticas de litoral de Canarias. *Papers de Turisme*, (60): 1-24.

Spinelli, A., y Pellino, G. (2020). COVID-19 pandemic: perspectives on an unfolding crisis. *The British journal of surgery*, 107 (7), 785-787.

Valentín, E. L., Montero, J. S. N., y Florentini, M. G. Q. (2020). Coronavirus causante del síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV). *Revista Médica Carriónica*, 1(1).

Vera Rebollo, J. F., y Ivars Baidal, J. A. (2020). El impacto del covid-19 en la actividad turística de la Comunitat Valenciana. *Institut Universitari d'Investigacions Turístiques*. Universitat d'Alacant. Alicante.

Zeng, B., Carter, R. W., y De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322.

World Tourism Organization (UNWTO) (2006). Barómetro OMT del turismo mundial. 4(3), Octubre 2006. Madrid.

World Tourism Organization (UNWTO) (2020). Global Guidelines to Restart Tourism. Madrid.

World Health Organization (2020). Coronavirus disease situation report. Consultado 28/04/2020.

World Travel & Tourism Council (2019).Crisis readiness report. United Kingdom.