

El turismo doméstico como base de la recuperación post Covid-19 de la actividad turística en México

Hazael Ceron Monroy

Universidad Anáhuac México e Instituto Politécnico Nacional
México

Comunicación breve

Recibido: Noviembre 1, 2020

Aceptado: Noviembre 16, 2020

Disponible en línea: Diciembre 21, 2020

Resumen

La pandemia generada por el Covid-19 frenó los flujos internacionales y nacionales de turistas en todo el mundo. En México ha comenzado la recuperación y ya se tiene un 19% de los flujos internacionales y de 49% de los flujos nacionales, con respecto a 2019. La literatura indica que existen factores para elevar el turismo doméstico. El objetivo del artículo es diagnosticar el comportamiento del turismo mexicano doméstico e identificar los factores que lo impulsan. De acuerdo con la encuesta realizada para este estudio, 92% de los probables viajeros ha cambiado sus preferencias por viajes domésticos. El modelo econométrico utilizado para el análisis fue un Probit. Los resultados indican que para elevar la recuperación de la actividad turística se deben alentar los siguientes factores: garantizar instalaciones seguras y desinfectadas, acelerar las transferencias de ingresos directos a la población, crear experiencias ante el aumento de nuevos viajeros a Pueblos Mágicos y Ciudades Patrimonio; y tener claridad de las nuevas actividades que desean realizar los viajeros. Un resultado relevante es que ante una inestabilidad laboral los viajes internos son una opción. Finalmente, los destinos predominantemente internacionales deberán ofrecer descuentos y precios óptimos para el flujo de turistas nacionales, haciendo de México para los mexicanos.

Palabras claves: Covid-19, Turismo doméstico, Probit, factores, recuperación.

Domestic tourism as the basis for the post-Covid-19 recovery of tourism activity in Mexico

Abstract

The pandemic generated by the Covid-19 slowed down international and national tourist flows around the world. Mexico has begun to recover and already has 19% of international flows and 49% of national flows, compared to 2019. Literature indicates that there are factors to increase domestic tourism. The objective of the article is to diagnose the behavior of Mexican domestic tourism and to identify its principal drivers. According to the survey conducted for this study, 92% of likely travelers have changed their preferences for domestic travel. The econometric model used for this analysis was a Probit. The results indicate that in order to increase the recovery of tourist activity, the following factors should be encouraged: guarantee safe and disinfected facilities, accelerate the transfers of direct income to the population, create experiences for the increase of new travelers to Magical Towns and Heritage Cities; and be clear about the new activities that travelers want to do. A relevant result is that in the face of job instability, internal travel is an option. Finally, predominantly international destinations should offer discounts and optimal prices for the flow of national tourists, making Mexico for Mexicans.

Key words: Covid-19, Domestic Tourism, Probit, drivers, recovery.

1 Introducción

Sabemos que los efectos del Covid-19 tuvo repercusiones inmediatas en la restricción de la movilidad de las personas, junto con esto comenzó el cierre de conexiones, el cierre de rutas aéreas e incluso de aeropuertos, que como consecuencia castigó los flujos de turistas internacionales con caídas drásticas de casi el 94.9% en los primeros meses de la pandemia y de 70.1% durante de enero a agosto de 2020 (WTO, 2020). Las regiones más afectadas han sido Asia-Pacífico con una reducción en la llegada de turistas de -78.8%, África -69.1%, Europa -67.7%, América -64.8% y Medio Oriente -68.7% (WTO, 2020). En América, la zona más afectada fue Centroamérica con una disminución de -65.9%, Norteamérica -65.3%; y el Caribe con -64.0%, de enero a agosto de 2020, mientras que en México la tasa de llegada de turistas internacionales fue de -47.2% y -56.1% en los ingresos de divisas (Banxico, 2020). Asimismo, los indicadores del gasto por los flujos de visitantes y empleo turístico se han desplomado (Bauzá & Melgosa, 2020). Sumado a que en EE.UU. principal emisor de turistas hacia México ha aumentado el número de contagios y por tanto su reactivación tardará.

Haciendo una breve descripción, el turismo representa 9.9% del PIB nacional y genera 4.326 millones de empleos (15.9% del empleo nacional) según los Censos Económicos 2019 (INEGI, 2020). De acuerdo con la Cuenta Satélite de Turismo 2018 (INEGI, 2019), el consumo realizado por los turistas nacionales asciende a 2.67 billones de pesos que representa el 80% del turismo interior y 76.3% del turismo total. Esto demuestra sin duda, que el turismo interno es el principal dinamizador del crecimiento de la actividad, que además en número de personas representa la movilidad de 101.75 millones de mexicanos en comparación con 28.9 millones de turistas internacionales que se hospedaron en cuartos de hotel durante 2019 (Sectur, 2020).

La pandemia ha provocado una caída muy severa en la actividad turística de México. El índice global de la actividad económica del sector 72 (servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas) tuvo una caída de -72% en mayo de 2020 pero se ha recuperado de forma lenta a -53.47% en agosto, mientras que la caída del PIB turístico se estima en un rango de -15% a 20% para finales de 2020, porcentajes que serán similares para la caída del consumo turístico doméstico. Respecto a la llegada de pasajeros vía aérea al aeropuerto de la CDMX, los nacionales se han recuperado con mayor rapidez en un 49% a septiembre de 2020 después de haber caído a 8% en mayo de 2020; mientras que los internacionales se han recuperado de un 3% de caída, a un aumento de 19% con respecto a los flujos de 2019 (AICM, 2020).

A pesar de la gravedad de los datos tanto en el ámbito internacional como nacional, Adam y Kimbu (2020) señalan que la recuperación del turismo ya comenzó, y es fundamental que se realice a partir de los flujos domésticos. La recuperación de la industria de la actividad turística ha sido un tema que tomó auge desde que inició la propia pandemia, incluso desde el primer mes que se sufrieron los efectos. Diversos analistas han comenzado a declarar que los turistas no viajarán más allá de sus fronteras al menos hasta el primer semestre de 2021, mientras que el WTTC (2020) señala que 58% de los que viajaran en 2020 realizará viajes nacionales. Por tanto, la oportunidad que tiene México es a través de impulsar el turismo doméstico, es decir, logrando que los turistas se interesen por los lugares cercanos de su propia residencia.

El presente artículo tiene por objetivo diagnosticar y evaluar los factores que impulsan la recuperación de la actividad turística ante la situación del Covid-19 vivido en el país, siendo que la alternativa es el turismo interno. A través de una metodología cuantitativa se realizaron los principales aportes de este artículo. Para analizar el comportamiento de la recuperación del turismo doméstico se realizó un análisis exploratorio a

través de una encuesta a 3,197 viajeros mexicanos con los que se realizó un análisis de regresión Probit para saber cuál era la probabilidad de viajar a destinos nacionales en función de diversos factores que fuesen en línea con la discusión de la literatura internacional. La selección del tipo modelo econométrico responde a que la variable dependiente es una variable dicotómica que asigna valor de 1 si el encuestado tiene planeado realizar un viaje nacional y 0 lo contrario. Las variables independientes incluyen las típicas de una demanda turística, la variable de transporte y las relacionadas con la pandemia.

El artículo está organizado de forma breve abordando la base teórica para el análisis, en su primera sección, en la segunda presenta los resultados de los factores que impulsan el turismo doméstico, cerrando la última sección con las principales conclusiones.

2 Revisión de la literatura

El Libro Blanco de la OMT (2005) planteó que el desarrollo regional depende ampliamente del turismo doméstico. El turismo doméstico se define como “las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico” (ONU, et al., 2010), es decir fuera de su entorno habitual. Actualmente, la agenda de investigación en turismo se está enfocando a analizar cómo están reaccionando los agentes económicos turísticos ante la Pandemia. Rogerson y Baum (2020) argumentan que dado que existen impedimentos para que los viajeros de Asia, Europa y Norte América no puedan viajar a África por propósitos de turismo, será necesario realizar estudios que apoyen el crecimiento del turismo regional y doméstico, aún también se requerirá hacer un proceso de inclusión a genta nativa como los indígenas para que el turismo del futuro sea más equitativo.

La reapertura del turismo está siendo más lenta para los flujos internacionales en diversos países, principalmente en los asiáticos en comparación con los flujos domésticos. Para impulsar el turismo interno, se han implementado algunas campañas como *Safe Vietnam Tourism* (Nguyen, 2020) o como en el caso de China en el que se comenzaron a concesionar vales para los residentes del país y así subsidiar el consumo turístico (Yang, Zhang & Chen, 2020).

Una primera conclusión teórica fue la intención de viajar de forma segura, lo cual implicó que muchos turistas declararan realizar viajes cortos (WTTC, 2020). La recuperación del turismo doméstico se da en función de dos elementos, tanto de las principales actividades que motivan a mover a los turistas como de la cercanía de los mismos. De acuerdo con Wen, Wang y Kozak (2020), después de 76 días de encierro China experimentó una salida de 104 millones de viajes domésticos que significó una derrama de 12,000 millones de dólares. El motivador principal fue el turismo médico especialmente por el interés de experimentar la tradicional medicina china que se enfoca al bienestar espiritual y mental con actividades físicas y al aire libre.

Sin embargo, se requiere la recuperación de la confianza de los turistas, la cual dependerá de aminorar el riesgo percibido puesto que esta influye en la intención de viaje. Según Andreu, Palomo y Stojanovic (2020) en estos momentos de pandemia la percepción de riesgo de contagio puede ser más influyente en la decisión del turista que las condiciones reales del destino. Las medidas de distanciamiento y el uso de las mascarillas han sido fundamentales para abrir nuevamente el turismo doméstico (Nguyen, 2020). Sánchez, Propin y Casado (2020) señala que los destinos en México conforman una tipología de territorios turísticos, que en

su mayoría se encuentran en condiciones de menor disponibilidad de camas y mayor caída en el empleo turístico, lo cual implicará una lenta recuperación, aunque en general se puede afirmar que la mayoría de los lugares turísticos no enfrentaron una situación de emergencia.

Los viajes se están abriendo de una manera prudente, pues al principio diversas fuentes argumentaban que existía una alta probabilidad de contagio en aeropuertos y aviones (nivel 7 según la Asociación Médica de Texas, 2020); no obstante, ahora el WTTC (2020) ha indicado que es bastante seguro. Rogerson y Baum (2020) también señalan que la recuperación del turismo doméstico se logra con viajes cortos y en automóvil.

En el caso de México también se han identificado algunas disertaciones en las que argumentan que los turistas estarán dispuestos a viajar de forma corta. Según Sánchez, Propin y Casado (2020), el turismo nacional será el primero en reactivarse, siendo previsible que se aumente la demanda en destinos de playa cercanos a ciudades grandes, sin embargo, lo argumenta según la percepción del autor. Por su parte, Amaya Molinar, González Sánchez y Magaña Carrillo (2020) indican en un estudio específico para el estado de Colima, que los viajeros tienen un interés mayor por visitar su propia entidad federativa con una inclinación por disfrutar del sol y la playa, del Pueblo Mágico de Comalá y de la naturaleza, además de que la mayoría quisiera recuperar sus prácticas habituales de viaje.

En síntesis, la literatura argumenta que hay posibilidades de fomentar el mercado interno a través de convertir a los residentes dueños de su país condicionado a una serie de factores.

3 Principales resultados: Impactos de la Pandemia en el turismo doméstico

La pandemia ha provocado un cambio en la decisión de viaje para 71% de los encuestados, de hecho, 64% consideró como principal factor para la selección de un destino a la certificación de sanidad, ya que 55% tiene temor al contagio. Tomando los datos más generales de la encuesta, se identificó que solamente 45% tiene planeado viajar en el periodo de julio a diciembre, con un fuerte repunte a final de año, y 44% del porcentaje señalado viajará en diciembre de 2020. Se denota un aumento en las preferencias por los destinos nacionales, pues 92% lo declaró como prioridad en comparación con los destinos internacionales de EE.UU., Europa y América del Sur.

En la siguiente Figura 1 se identifica un aumento considerable por visitar los Pueblos Mágicos (5%), en segundo lugar, las Ciudades Patrimonio (2%) y, finalmente, las playas parecen tener una reducción que se puede atribuir a la lejanía de las mismas respecto a las ciudades emisoras. En este sentido la generación de nuevos productos y experiencias turísticas deben implementarse en estos destinos para los nuevos viajeros.

Por tanto, se puede esgrimir que el turismo doméstico tiene una alta probabilidad para ser el principal detonante de la recuperación de la actividad turística, y como resultado del modelo Probit a continuación se destacan los principales factores que lo impulsan, entre los cuales se consideraron los típicos de una función de demanda turística y los que hacen alusión a los factores del Covid-19, véase Tabla 1.

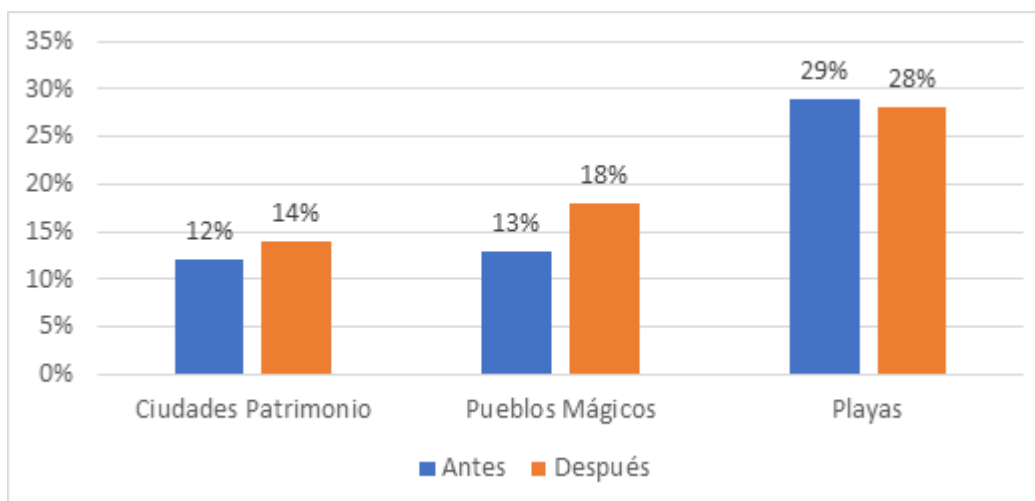


Figura 1: Porcentaje de preferencias por los destinos nacionales, antes y después de la pandemia (Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta)

Variable independiente	Coefficiente	Error Estándar	z	p-value
Factores de la demanda turística				
Disminución del ingreso	-0.093**	0.047	-1.97	0.049
Inestabilidad laboral	0.124*	0.070	1.78	0.076
Cercanía de los destinos al lugar de residencia	-0.259**	0.110	-2.35	0.019
Precios bajos y descuentos	0.159**	0.072	2.21	0.027
Tipo de transporte (automóvil variable base)				
Autobús	0.278***	0.069	4.01	0.000
Avión	0.137***	0.052	2.64	0.008
Blablacar	-0.039	0.202	-0.19	0.849
Factores relacionados con el Covid-19				
Riesgo de contagio de Covid-19	-0.419***	0.053	-7.82	0.000
Instalaciones seguras y desinfectadas	0.241***	0.063	3.79	0.000
Apoyo a las economías locales	0.027	0.068	0.41	0.680

Note: ***significativo al 1%, **significativo al 5%, *significativo al 10%.

Tabla 1: Resultados del Modelo Probit. Factores que impulsan el turismo doméstico (Fuente: elaboración propia con datos y resultados del modelo *Probit*)

La principal afectación que provocó la pandemia en México fue la disminución en el ingreso y la inestabilidad laboral. En el caso del primero, se estima que 61% recibió menos ingresos, por lo que su efecto en la elección de viajar por destinos nacionales tiene una probabilidad negativa de -9.3%. Respecto a la inestabilidad laboral esta se compone de situaciones como: a) 16% de los encuestados tiene menos días para trabajar, b) 42% declaró tener menos trabajo, y c) 15% tuvo una pérdida de su empleo. Su efecto tiene una probabilidad positiva de 12.4%. Este es un resultado relevante para los viajeros mexicanos, pues la inestabilidad laboral no mina la decisión de viaje ya que la variable es significativa, pero sí impulsa la decisión a viajar solamente a destinos nacionales.

Por otro lado, la probabilidad de la cercanía de los destinos turísticos al lugar de residencia de los turistas es negativa y significativa con una probabilidad de -25.9%, esto indica que están dispuestos a viajar a lugares un poco más lejanos siempre y cuando sea dentro del territorio. Por su parte, los precios bajos y los descuentos elevan la probabilidad de viaje en 15.9%.

Considerando que la variable de tipo de transporte es dicotómica y excluyente, toma como base al automóvil. El resultado obtenido contrasta con lo señalado por Rogerson y Baum (2020), pues en México existe una mayor probabilidad para viajar en autobús de 27.8% y en avión con 13.7% mayor con respecto al uso del automóvil. Esto significa que los viajes nacionales en avión comenzarán a recuperarse, pero también aumentará el flujo de turistas por carretera. De acuerdo con datos del AICM (2020), después de que en mayo solamente se tuvieran llegadas del 8% de los pasajeros respecto al año anterior, en septiembre ya se nota una recuperación de 624,701 pasajeros en comparación con 1,275,088 de 2019, esto significa un 49%. Los viajes por autobús tienen una alta probabilidad de ser la opción para los viajes nacionales, incluso es necesario hacer una valoración positiva hacia el mediano plazo en el que el diseño y construcción de los trenes como el Tren Maya, el Tren de Alta Velocidad México-Querétaro, el Tren Interurbano México-Toluca y el Tren Interoceánico del Istmo de Tehuantepec serán opciones para detonar el turismo doméstico y el desarrollo regional.

A pesar de que casi la mitad de los encuestados piensa que la pandemia durará hasta el siguiente año, la necesidad de viajar como resultado del confinamiento comienza a ser una prioridad. En concordancia con Andreu, Palomo y Stojanovic (2020), la prioridad para el impulso del turismo doméstico estriba en asegurar que las instalaciones cumplan con los estándares de desinfección puesto que elevan la probabilidad en 24.1%. Por último, en el modelo se incluyó la variable apoyo a las economías locales como determinante de los viajes nacionales, sin embargo, esta variable no fue significativa pues al momento parece ser que no existe aún una conciencia de la importante derrama económica que implica visitar a los destinos.

Las principales actividades que piensan realizar los viajeros son diversas, pero llama la atención que las culturales superan la intención de viaje en comparación con el disfrute de playas e incluso actividades al aire libre. El 56% prefiere visitar museos, sitios arqueológicos, galerías y exposiciones; 19% prefiere las playas; 10% prefiere viajar por eventos deportivos y conciertos; 11% a bosques y parques; 3% a disfrutar de la gastronomía mexicana y 1% por conceptos religiosos.

Así como señala Wen, Wang y Kozak (2020), el turismo doméstico se recuperará a partir de la demanda de actividades específicas de los propios viajeros, se identifica que los destinos con museos, sitios arqueológicos y con actividades culturales serán los primeros en reactivarse, como es el caso estados como Guanajuato, Aguascalientes, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas quienes incluso impulsaron la campaña "Viaja en corto. Tradición y cultura aquí en corto" a través de una alianza regional Pacto Centro-Occidente para el Turismo. La campaña ofrece descuentos, promociones de la industria hotelera y restaurantera, promueve la visita a los 32 Pueblos Mágicos que se encuentran en estos estados, impulsa la industria de reuniones y promueve el turismo doméstico de los mercados emisores de las Ciudades de Monterrey, Tijuana y CDMX (Panorama Turístico, 2020).

Si bien la actividad turística no recuperará los niveles de 2019 y quizás se mantenga con una pérdida del orden de 40% en la llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel, no se debe dejar de apostar por el turismo doméstico puesto que representa la mayor proporción del movimiento de los turistas. En consecuencia, los destinos cuyo principal mercado es el internacional deberán comenzar a redirigir estrategias para hacer a México de los mexicanos, con promociones, precios óptimos y competitivos para los diferentes niveles de ingreso.

4 Conclusiones

Afortunadamente, se ha superado el punto crítico de la crisis cuando se presentó la mayor caída de llegada de turistas nacionales vía aérea con 113,494 en mayo y de 22,895 turistas internacionales. De acuerdo con la OMT, la recuperación del turismo internacional tendrá una forma de una U extendida y para México será similar. Sin embargo, por las condiciones macroeconómicas favorables (tasa de interés baja de 5.5%, inflación de 3% y tipo de cambio controlado en 20 pesos), la recuperación deberá tener un camino en forma de U para el turismo doméstico.

De acuerdo con los resultados, para impulsar la recuperación se deberán realizar las siguientes acciones: 1) el gobierno deberá apresurar las transferencias a los desempleados para sostener los ingresos de las economías domésticas y brindar así estabilidad laboral; 2) los destinos turísticos nacionales deberán garantizar instalaciones seguras y desinfectadas para que los turistas nacionales no tengan riesgo de contagio, 3) ya es tiempo de brindar descuentos y precios bajos a los turistas nacionales; 4) ofrecer a los turistas nacionales acceso a destinos que predominantemente son internacionales con descuentos y precios óptimos, lo cual implica una reconfiguración del pensamiento del empresariado enfocada a una visión de compromiso social; 5) los destinos cuya cercanía implique su arribo por medio de automóvil o autobús deberán crear actividades al aire libre y culturales; 6) los Pueblos Mágicos y las Ciudades Patrimonio tendrán una amplia oportunidad de crecimiento siempre y cuando prometan seguridad y diversidad de experiencias; finalmente 7) la recuperación del turismo doméstico dependerá de los segmentos que atienda cada destino, que por los resultados se denota que el turismo cultural, el rural y el de sol y playa serán los que más demanda tendrán.

Todo esto será posible si la población logra adaptarse rápidamente a los nuevos protocolos de sanidad, además de que la apertura de los hoteles restaurantes y en general de los destinos sea prudente y gradual. El problema de la pandemia aún no termina, y no es posible discriminar entre la economía o la salud, ambos son importantes y por tanto, los turistas deberán aprender a viajar bajo esta nueva normalidad.

Referencias

Adam, I., & Kimbu, A. N. (2020). Strategies Africa's tourism requires to manage blow from coronavirus. *The Conversation*, 23.

AICM (2020, 31 de octubre). *Movimiento Operacional Datos de Pasajeros*, Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, [Datos abiertos], Recuperado de: <https://bit.ly/2HRpPCp>

Amaya Molinar, C.M., González Sánchez, R.F., y Magaña Carrillo, I. (2020). Intenciones de turistas potenciales regionales para viajar al estado de Colima, en el contexto pos-COVID-19. *Dimensiones Turísticas*, 4(Special), 149-178. <https://doi.org/10.47557/THLB4755>

Andreu, L. Palomo, J., & Stojanovic, I. (2020). *Recuperar la confianza de los turistas: medidas a implementar*. En F. J. Bauzá y F. J. Melgosa. Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación (pp. 2 -14).

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Recuperado de: <https://bit.ly/33khQV4>

Asociación Médica de Texas (2020). *Clasificación de riesgos de actividades durante el Covid-19*. Recuperado de: <https://bit.ly/3jN23UU>

Banco de México (Banxico). (2020, 10 de octubre). *Estadísticas. Balanza de Pagos*. Viajeros internacionales ingresos. [Sistema de Información Económica]. México: Banxico. Recuperado de: <https://bit.ly/3oJlv7A>

Bauzá, M.F.J. & Melgosa A.F.J. (2020). *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) Recuperado de: <https://bit.ly/33khQV4>

INEGI (2019). *Cuenta Satélite del Turismo de México, 2018, base 2013*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, [Banco de información económica].

Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/default.html#Tabulados>.

INEGI (2020). *Censos Económicos 2019*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, [Banco de información económica]. México, Recuperado de <https://bit.ly/3838Fwf>

Nguyen, T. (2020). Lifting of Social Distancing Measures: Perspectives From Vietnam. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 1-3. <https://dx.doi.org/10.1017/dmp.2020.238>

Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial de Turismo (OMT), Comisión de las Comunidades Europeas (EUROSTAT) y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (2010). *Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. Luxemburgo, Madrid, Nueva York y París: ONU, OMT, EUROSTAT y OCDE.

OMT (2005). *Libro Blanco*. Organización Mundial de turismo Madrid: OMT.

Panorama Turístico (2020). *Viaja en Corto*. [Octubre de 2020]. México: Panorama Turístico. Recuperado de: <https://bit.ly/2TJJF4V>

Rogerson, C. M., & Baum, T. (2020). COVID-19 and African tourism research agendas. *Development Southern Africa*, 37(5), 727-741. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1818551>

Sánchez, C.A., Propin F.E., & Casado, I.J.M. (2020). Tipología de territorios turísticos en México según incidencia de COVID-19. *Dimensiones Turísticas*, 4(Special), 9-36. <https://doi.org/10.47557/ZXVV5344>

Sectur (2020). *Compendio Estadístico del Turismo en México 2019. Cuadro 6.1 Vista 07b. Actividad hotelera en entidades federativas*, Secretaría de Turismo, [Datatur. Análisis integral de Turismo]. México, Recuperado de: <https://bit.ly/323hN05>

Wen, J., Wang, C.C., & Kozak, M. (2020). Post-COVID-19 Chinese domestic tourism market recovery: Potential influence of traditional Chinese medicine on tourist behaviour. *Anatolia*, 1-5. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1768335>

WTTC (2020). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. World Travel and Tourism Council, Recuperado de: <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>

World Tourism Organization (WTO). (2020). *World Tourism Barometer*. [Volúmen 18, Número 6] Madrid: WTO.

Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83, 102913. <https://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2020.102913>