

Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

UNA REVISIÓN RETROSPECTIVA PARA AFRONTAR EL FUTURO

El turismo frente al reto de la transformación

Pablo Díaz Luque, Lluís Garay Tamajón, Joan Miquel Gomis López, Francesc González Reverté, Soledad Morales Pérez, Julie Wilson

Estudios de Economía y Empresa. Universitat Oberta de Catalunya

RESUMEN En el veinticinco aniversario del nacimiento de la Universitat Oberta de Catalunya y de sus Estudios de Economía y Empresa, un grupo de profesores del ámbito del turismo de la institución reflexionan sobre la situación actual del sector, en un momento clave. Por un lado, aportan sus ideas sobre cuál ha sido la evolución del turismo en los últimos veinticinco años y cuáles han sido los elementos, los factores clave que han condicionado esta evolución hasta la fecha. Por otra parte, a partir de la crisis generada por los efectos de la pandemia, deliberan también sobre la crisis generada por los efectos de la pandemia para identificar posibles escenarios de futuro y los factores clave que pueden condicionarlo.

PALABRAS CLAVE economía de plataforma turística; turismo sostenible y/o responsable; digitalización

A RETROSPECTIVE REVIEW FOR TACKLING THE FUTURE

Tourism facing the challenge of transformation

ABSTRACT On the twenty-fifth anniversary of the opening of the Universitat Oberta de Catalunya and its Economics and Business Studies, a group of professors from the tourism field of the institution reflect upon the current situation of the sector at a key moment. On the one hand, they bring their ideas on what has been the evolution of tourism over the last twenty-five years and the elements and key factors that have conditioned this evolution to date. On the other hand, based on the crisis generated by the effects of the pandemic, they deliberate on identifying possible future scenarios and the key factors that may condition them.

KEYWORDS tourist platform economics; sustainable and/or responsible tourism; digitalization

Introducción

En palabras del director del grado en Turismo de la UOC, Francesc González, «en los últimos veinticinco años el turismo ha vivido algunos de los momentos de transformación más radical de su historia». Y en este artículo, distintos miembros del equipo de profesorado del ámbito del turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC reflexionan sobre cuáles han sido los elementos, los factores clave que han condicionado esta evolución hasta la fecha. Y, yendo más allá, a partir de la crisis generada por los efectos de la pandemia, se plantean posibles escenarios de futuro para el turismo, analizando cuáles pueden ser los elementos que pueden condicionarlo.

El propio profesor González apunta como factores clave de esta evolución «la consolidación de las tecnologías de forma transversal y que afecta a toda la actividad a partir del uso de internet en un mundo basado en la información. Pero, además, se han empezado a introducir otras tecnologías con carácter disruptivo (IA, destinos inteligentes, tecnologías inmersivas, economía de plataforma, robotización, tecnología de *blockchain*, etc.) que afectarán a la manera de viajar, la producción de experiencias, la comprensión de las necesidades de la demanda, la relación con el entorno del destino, pero también plantean nuevos riesgos y retos (privacidad, ciberdelincuencia o la relación con el empleo y el trabajo)».

Efectivamente, como menciona el profesor del ámbito de tecnologías de la información y turismo (grado y máster) en los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Pablo Díaz, el turismo es un sector intensivo en información (Poon, 1993) y, por tanto, perfectamente relacionado con las TIC: «Estas tecnologías –afirma– han tenido diferentes fases distributivas en su relación con esta industria. Así, inicialmente se hablaba de desintermediación, después de una reintermediación y últimamente de hipermediación por la gran imbricación de multitud de agentes interesados en captar parte del negocio. Incluso se facilitó recientemente, gracias a la economía colaborativa o mejor dicho de plataforma, la incorporación masiva de los potenciales turistas, ciudadanos en general, como oferente de alojamiento turístico, lo que está teniendo consecuencias muy destacables en la geografía turística urbana». No se puede olvidar, según el profesor Díaz, que «antes de la red de ordenadores servidor-cliente conectados, que es en definitiva internet, existieron redes privadas de ordenadores conectados a bases de datos para poder realizar reservas de plazas de avión».

1. El contexto histórico

El director del grupo de investigación sobre Nuevas Perspectivas en Turismo y Ocio (NOUTUR) y director del programa de doctorado en Turismo, ambos de la UOC, Lluís Garay, sitúa el análisis de esta evolución en un contexto histórico. Y describe cómo «a finales del siglo xx todavía se hablaba mucho del tráfico del turismo desde una etapa fordista al posfordismo. Se ponía mucho énfasis en el paso de un turismo masificado a un turismo altamente especializado y donde una oferta particularmente flexible respondería de forma casi taylorista a las demandas (valga la redundancia) de unos consumidores cada vez más exigentes y empoderados. Se hablaba entonces de diferentes factores que estaban transformando el turismo desde la década de los setenta, como los cambios demográficos (por ejemplo, el envejecimiento de la población), sociales (un buen ejemplo es el acceso de la mujer al mercado laboral y al consumo) e incluso del ámbito político y normativo (creciente peso de las administraciones más micro, como las locales, comarcales o regionales y de las más macro, como en nuestro entorno la Unión Europea)».

El profesor Garay sigue con su contextualización histórica explicando cómo «a finales de los noventa, algunas tipologías de turismo como el turismo rural o el crucerismo iniciaban una ola de crecimiento que se extendería en las siguientes décadas. Se hablaba también hacía tiempo de la saturación de los destinos tradicionales, como en nuestro contexto de los de sol y playa, y qué se podría hacer para que no cayesen en una prolongada etapa de estancamiento, hablando en terminología del conocido ciclo de Butler (1980). Sin embargo, a finales de los años noventa ya se vislumbraba qué dos serían los grandes motores, fuerzas motrices o procesos protagonistas del desarrollo turístico en los años siguientes: por un lado, la tecnología y especialmente las tecnologías de la información y la comunicación (las famosas TIC) y, por otro, todo lo que rodeaba a la creciente sensibilización por los impactos del turismo en el medioambiente, con salida hacia la propuesta de nuevos modelos de la actividad que fueran más “sostenibles”. Estas dos fuerzas transformarían la actividad y darían pie además a una nueva ola de crecimiento de esta, situándola como un elemento cada vez más central en los debates socioeconómicos y políticos contemporáneos».

En este punto, el profesor Garay argumenta que esto es así porque «gracias al desarrollo de las TIC, de internet y especialmente de la economía de plataforma, el turismo y todas las actividades de ocio que le rodean serían más accesibles que nunca para los consumidores, tanto por disponibilidad como por precio, persiguiendo al crecimiento de la industria de los servicios relacionada con muchos destinos, pero especialmente a las grandes ciudades globales. En estas, el crecimiento tan repentino (especialmente de la oferta de alojamiento y servicios complementarios) ha provocado un creciente malestar y reacción por parte de la ciudadanía, que se ha empezado a movilizar ante lo que algunos llaman *overtourism*».

Esta nueva realidad parece marcar el inicio de tendencias relevantes, como expone el profesor Garay al destacar cómo «una gran parte de la demanda se decanta por opciones que sean más responsables económica, social y ambientalmente, aunque no se puede hablar todavía de una transición decidida hacia la sostenibilidad y en muchas ocasiones se critica incluso la proliferación de campañas de *greenwashing* por parte de la industria turística. En todo caso, han proliferado también propuestas de carácter quizás más minoritario que quieren dar mayor relevancia a los equilibrios con la sociedad y el medioambiente y que normalmente se han asociado a productos turísticos de carácter más local, más micro, y donde el elemento identitario, el *sense of place*, toma un nuevo protagonismo».

En este sentido, el profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y director de la revista *Oikonomics*, Joan Miquel Gomis, expone que «al igual que las tecnologías han facilitado procesos de concentración de grandes corporaciones a partir de la implementación de canales de comercialización muy eficientes, las pequeñas y medianas organizaciones pueden encontrar también las herramientas necesarias para actuar como agentes de cambio con propuestas de ofertas alternativas y sostenibles de transformación del turismo. Las tecnologías les permiten ahora acercarse de forma eficiente con estos nuevos canales a los colectivos, quizás hoy dispersos y aún minoritarios, que son sensibles a estas propuestas y agregarlos con bases sólidas».

2. La perspectiva académica

La directora del máster universitario de la UOC en Turismo Sostenible y TIC, Soledad Morales, introduce en el debate un elemento fundamental como es la perspectiva académica y su evolución en este período. Como ha expuesto anteriormente la propia profesora (Morales Pérez, 2017), «la disciplina turística en los últimos veinticinco años ha ido ocupando un puesto cada vez más central en las ciencias sociales. Un sitio que se ha creado en paralelo a su consolidación como estudios oficiales universitarios. Por tanto, un primer hito, para mí, ha sido la creación de un espacio académico propio con la creación y consolidación de estudios universitarios reglados, primero la diplomatura y después el grado, al mismo nivel que otras disciplinas. Un espacio académico al que se le ha asociado un espacio de divulgación e investigación propio. Si bien es cierto que el turismo, como espacio interdisciplinar que es, todavía no tiene un cuerpo teórico propio e individual, ha sabido integrar marcos epistemológicos creados por las ciencias sociales de los que también se han alimentado disciplinas afines al turismo como la geografía o la economía y la empresa, dos de sus ejes básicos».

Al respecto, la profesora Morales destaca «dos narrativas epistemológicas fundamentales para entender el camino que la disciplina turística ha seguido en estos últimos veinticinco años. El primero es el paradigma de la sostenibilidad, que ha capilarizado el conocimiento y la práctica turística, principalmente desde el punto de vista medioambiental. El segundo es el enfoque feminista, un paradigma crítico producto de miradas alternativas, como lo es también la mirada poscolonialista, por ejemplo, que obliga a la disciplina y la práctica turística a cuestionarse los espacios sociales que ocupa, y cómo los ocupa, haciéndolas andar hacia espacios más inclusivos».

En este contexto, el análisis de la profesora Morales va más allá del ámbito académico para destacar que «a nivel socioeconómico, el turismo se ha configurado como actividad fundamental de las sociedades actuales. Puede decirse que sociológicamente el turismo es una actividad insertada en el ADN de todas las generaciones de nuestra sociedad, puesto que es símbolo de bienestar y de riqueza. Ciertamente, de los países y grupos sociales con poder adquisitivo. Pero también se ha convertido en una actividad económica capital en la economía mundial, más después de la crisis financiera de 2007-8».

Para entender este lugar central del turismo en la sociedad y en la economía actual, la profesora Morales destaca (sin de ánimo hacer una descripción exhaustiva) los siguientes elementos:

- La configuración de los eventos como espacios de creación y proyección nacional/internacional de la imagen de los territorios, que se convierten en espacios prioritarios en la promoción económica de los destinos (sean ciudades países o regiones). El caso de Barcelona como sede de grandes ferias, como Mobile, es paradigmático.
- La extensión de las aerolíneas *low-cost*, una plataforma fundamental para el desbordamiento del turismo urbano.
- El uso de la tecnología tanto por parte del sector, pero especialmente de los usuarios, que, entre otros, ha hecho aflorar plataformas de intermediación *online*, lo que ha afianzado nuevos canales de promoción y empoderado la opinión del usuario.
- La expansión de la economía de plataforma, principalmente en el alojamiento de corta duración. Airbnb sería uno de los ejemplos paradigmáticos.
- Los procesos de aglomeración de las plataformas de intermediación, lo que ha propiciado la desaparición de plataformas medianas o pequeñas que han sido absorbidas por las que ahora son las grandes plataformas de intermediación (como TripAdvisor o Booking).
- Y todo ello generando procesos nocivos para el turismo como el *overtourism* y las reacciones de rechazo al turismo por parte de los movimientos sociales.

3. El impacto de la COVID-19 y el futuro: elementos para la reflexión

Siguiendo el hilo argumentado del contexto histórico que aporta el profesor Lluís Garay, «el turismo estaba quizás llegando a la cúspide de una nueva oleada de crecimiento a nivel global, con una sensación de saturación y una creciente reacción a muchos destinos globales, cuando justo estalló la crisis originada por la pandemia de la COVID-19. Esta crisis supuso un dramático paro de la movilidad a nivel global, que como sabemos ha afectado a la actividad turística de forma muy profunda, pero ha tenido también otras consecuencias que están relacionadas con el desarrollo previamente comentado». Un paro, que, sin embargo, en palabras del profesor Francesc González «a pesar de que en los veinticinco años anteriores se ha producido un amplio debate sobre las posibilidades de reformular el turismo desde diferentes alternativas y visiones paradigmáticas (turismo sostenible, *pro-poor*, turismo justo, solidario, etc.) nunca como durante la pandemia actual y la evidencia de la crisis climática se han dado las condiciones materiales y mentales para abrir nuevas fronteras y perspectivas de análisis que pretenden superar la retórica de la sostenibilidad».

En este punto, el profesor González retoma el hilo de la visión académica que había introducido la profesora Morales al reivindicar que «la visión desde la academia también ha jugado un papel importante en estos debates con abundantes voces que apoyan la necesidad de llevar a término un cambio paradigmático, pasando por las propuestas de turismo regenerativo, el *transformative turn* en turismo, la nueva mirada a la movilidad o las propuestas que reclaman un nuevo planteamiento social hacia el decrecimiento, todos los cuales han tomado vuelo en los últimos años. Sin embargo, pasar del ámbito de opinión minoritario de una revista científica a tener capacidad de transformar y generar impacto social real requiere mucho trayecto y habrá que ver hasta qué punto estas propuestas son asumidas por las administraciones, la industria turística y los turistas en la práctica. Además, habrá que observar también en qué medida las dinámicas de crisis sanitaria y climática hacen introducir nuevas medidas de planificación y gestión centradas en los conceptos de resiliencia, adaptación evolutiva y nuevas aproximaciones a la sostenibilidad».

La profesora Julie Wilson, vicedecana de Investigación de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, recuerda que existe una gran diversidad de percepciones y expectativas hacia la época de pospandemia que nos espera. Habría que tener en cuenta, siguiendo a Mansilla y Hughes (2021), que, aunque muchos agentes del sector turístico puedan pensar que cuando la contingencia impuesta por la COVID-19 ya haya pasado el turismo volverá a ser como antes, lo que no habrá vuelto a ser la misma que antes es la sociedad. La pandemia ha dejado su marca indeleble y esto nos invita a reflexionar en la línea del turismo regenerativo, la adaptabilidad y reconfiguración del turismo, antes de perseguir metanarrativas de recuperación de situaciones anteriores.

Presentado este nuevo panorama y siguiendo las ideas de Ioannides y Gyimothy (2020), la profesora Wilson quisiera que el turismo global se entendiera como prisma mediante el que poder contemplar cómo se pueden producir transformaciones más amplias después de la crisis de la COVID-19, teniendo como fondo contextual la finalidad de analizar cómo los efectos catastróficos actuales sobre el sector turístico presentan una oportunidad para replantearse algunas prácticas en el turismo. En este sentido, argumenta, sería bueno contrastar el posible bajón de las prácticas turísticas

tradicionales, que actualmente se ven gravemente alteradas por la COVID-19, con actividades de nicho emergentes (por ejemplo, el turismo creativo a base de modelos de negocio digitales colaborativos). Está claro que la pandemia actual ha provocado y sigue provocando cambios fuertes en la lógica dominante del neoliberalismo tan prevalente en las últimas décadas y que numerosos destinos en todo el mundo han ido persiguiendo mediante estrategias orientadas al crecimiento en un entorno altamente desregulado. Pero, añade la profesora Wilson, la pausa en la que nos encontramos en este momento en medio de una pandemia ofrece la posibilidad de que el turismo dibuje y diseñe nuevos caminos que seguir en los próximos años y los/las investigadores que estudiamos sus impactos debemos acompañar a los agentes, actores y afectados en esta transición, entendida como ventana de oportunidad.

El profesor Díaz redundante en la «gran dimensión» de este trayecto desde el «hiperconsumo, al que también empujan las tecnologías de las redes sociales, por ejemplo, hacia una producción y consumo turístico más armonioso, concienciado y sostenible». Afirma que «el turismo es una parte relevante y creciente de la actividad económica mundial, y podrá acompañar a los cambios que están por venir en el futuro debido a factores como el cambio climático. No olvidemos que el transporte aéreo es una de las actividades más contaminantes. Sin embargo, no es plausible que lidere lo que debe ser un cambio de paradigma de desarrollo. Probablemente, será al contrario, debido a la incorporación de economías hasta ahora *en desarrollo* a la práctica turística y sus potenciales turistas y también al viraje de las inicialmente llamadas economías colaborativas hasta las exitosas economías de plataforma que ponen en valor lo que no lo estaba, como en el caso de Airbnb (Díaz Luque, 2017). En este contexto, el turismo corre el peligro de liderar la insostenibilidad del paradigma actual de crecimiento».

En este sentido, la profesora Morales recalca que «tenemos entre manos el reto de construir un turismo nutritivo y transformador». Sin embargo, en un entorno marcado todavía por la incertidumbre, se muestra pesimista: «lo soy en el sentido de que percibo que la pandemia no ha significado un cambio de pautas de consumo turístico hacia comportamientos más sostenibles ni tampoco ha significado un punto de inflexión de la tendencia crecientista. Un ejemplo de ello son el mensaje de las instituciones que siguen siendo crecientistas y ponen como meta principal (o preocupación básica) alcanzar rápidamente el volumen de viajes y de negocios prepandemia. Por tanto, continuaremos necesitando discursos y acciones que nos hagan pensar en los límites del turismo y en los movimientos críticos que habían surgido a su alrededor. Al menos, a corto plazo, posiblemente muchos países y destinos caerán del mapa turístico por temas de seguridad, como puede ocurrir con los países más pobres, sin acceso a la vacunación masiva de la población. Y un ojo deberemos tener sobre la evolución de la calidad del empleo del mercado turístico, y de la superación de las desigualdades de género que tanto ha agravado la pandemia». En este sentido, la directora del máster en turismo, sostenibilidad y TIC de la UOC destaca que «tenemos el reto y la obligación de no dejar de lado aspectos sociales, como la calidad del trabajo y las desigualdades entre los trabajadores/as, pero poner delante el beneficio y el crecimiento económico. Un riesgo que veo muy evidente dados los mensajes institucionales, como digo, crecientistas. Y, finalmente, hay que prestar atención también a los procesos de digitalización de las empresas y de la sociedad, para encontrar nuevos espacios y medios que faciliten al turismo y a las personas relacionarse con los territorios y sociedades que visitan de una manera más atenta, consciente y enriquecedora».

En torno a estas cuestiones, el profesor Francesc González apunta un hecho que, «durante las últimas dos décadas, se ha manifestado con mayor capacidad de transformación de la industria turística, y que tiene que ver con la nueva relación social con el turismo: la comunidad local ha tomado relevancia en el discurso público sobre el turismo y tanto la gobernanza como la planificación y gestión de los destinos tienden a considerar cada vez más su rol y opinión. Los debates recientes en torno a cómo afrontar el turismo desde una óptica de limitación del crecimiento continuado están relacionados con esta tendencia. Las condiciones de la formación y los efectos de la turistificación en las ciudades y destinos de masas, los efectos de las llamadas economías de plataforma sobre los residentes y los barrios de las ciudades donde se ubican, los impactos derivados del exceso de turismo o el debate, más ideológico, sobre la turismofobia o el papel de los movimientos sociales urbanos contrarios al turismo son sin duda derivadas de esta aproximación social al turismo y de cómo hacer los lugares turísticos más confortables para la población residente. Finalmente, hay que tener en cuenta una visión nueva sobre los efectos del turismo en las ciudades que se ha empezado a desarrollar en los últimos años, que gira en torno a las perspectivas psicossociológicas y emocionales aplicadas al turismo. Desde esta perspectiva se contempla, por primera vez, cuál es la respuesta emocional de residentes (y de turistas) a la presencia continuada de turismo en la comunidad, traducida en impactos sobre la salud física y mental de los residentes, pero también en la satisfacción con la experiencia en el destino por parte de los turistas».

Sobre este rol de los residentes en las actividades turísticas, el profesor Joan Miquel Gomis expone como principio ideal que «el turismo debería reubicarse en el marco de economías diversificadas en un entorno en el que los turistas pasen a considerarse como residentes temporales. Con sus derechos y también con sus obligaciones y con la voluntad seguramente utópica, pero que debería ser el objetivo de compartir una misma idea de destino turístico, entendida como espacio territorial vital de convivencia comunitaria, con los residentes habituales». Una vía para trabajar en esta línea expuesta sería, en palabras del profesor Gomis, «que el indicador del número de turistas dejara de ostentar el excesivo protagonismo que actualmente tiene para medir el éxito de un destino. Una combinación de indicadores vinculados a la sostenibilidad debería ayudar a evaluar los resultados de las políticas turísticas de forma más ponderada y eficiente en ámbitos clave como el económico, pero también el medioambiental, el cambio climático, el social y el cultural vinculado al patrimonio. Existen diferentes sistemas de indicadores de sostenibilidad que presentan herramientas prácticas para el diseño de estrategias que pueden adaptarse a las necesidades de cada destino y pueden ser un buen inicio en este camino. Una estrategia que, no será fácil, debería aspirar a reubicar el turismo en el marco de economías diversificadas».

Para dar respuesta a estas nuevas realidades múltiples –perpetuamente en cambio–, la profesora Julie Wilson subraya que la investigación sobre la actividad turística en la época de pospandemia debe ser capaz de entender estos nuevos contextos, sin olvidarse de la evolución del turismo como fenómeno socioeconómico y cultural hasta ahora. Esto requiere nuevas aproximaciones y nuevos marcos conceptual-teóricos; formas de investigar el turismo que no solo aprecian, sino que también participan en el desorden relativo de las relaciones entre turismo, los lugares y la sociedad. Nos haría falta, pues, «una forma más emocional, situada y no lineal de teorizar el turismo dentro (y más allá) de las crisis [...] que evoluciona de forma iterativa a partir de la investigación y no simplemente del debate» (Gibson, 2021, pág. 86).

En cuanto a temáticas pertinentes para el futuro inmediato y cercano, la profesora Wilson remarca que sería interesante, por un lado, plantear estudios de turismo basados en el pensamiento de la complejidad, en el conocimiento crítico de las economías poscapitalistas y en modelos de negocio laborativos/alternativos. Por otra parte, convendría un enfoque en modelos estratégicos al nivel de destinos que a propósito no siguen la lógica del capitalismo tardío y (contrariamente) se abren al pensamiento de complejidad, el conocimiento crítico de las economías poscapitalistas y los modelos de negocio colaborativos/alternativos.

4. Los efectos de la crisis y el valor de la planificación

El profesor Lluís Garay se refiere a los efectos de la crisis provocada por la COVID-19 haciendo referencia a las amenazas, oportunidades y realidades que ha generado. «Se ha comentado –explica– que la crisis suponía una oportunidad para muchas actividades, y especialmente las dependientes de la movilidad, para iniciar definitivamente la transición hacia nuevos modelos más sostenibles. Sin embargo, a medida que la crisis se ha ido modulando (aunque no finalizada, ni mucho menos), se ha podido observar que algunos de estos rasgos iniciales se mantenían en gran medida y otros se detenían o disminuían su impacto. Así, la aceptación de modelos de teletrabajo más generalizados ha venido para quedarse, quizás también en relación con nuevas necesidades de distribución del trabajo y también de ocupación del tiempo libre, que habrá que seguir cuidadosamente por parte de los investigadores en turismo y ocio. Las plataformas ganadoras de primera hora mantienen o siguen aumentando su poder mientras las perdedoras iniciales, como las de alojamiento turístico de corto plazo, están recuperando su actividad progresivamente y vuelven a incidir en una estrategia de ampliación de negocios (por ejemplo, los basados en experiencias turísticas en los destinos, más allá del alojamiento) y de destinos (poniendo las miras en el turismo fuera de las ciudades) que ya habían iniciado en la prepandemia».

En línea con la visión de la profesora Soledad Morales, Lluís Garay explica también que «la ilusión por una más rápida transición a modelos más sostenibles en la actividad parece de momento desvanecerse ante la (de momento) progresiva recuperación de la movilidad en los principales países emisores y receptores». Pero añade asimismo que, «con todo, se ha acelerado también el proceso de creciente sensibilización para que la industria turística tenga unos impactos más equilibrados, y esto debería tener repercusiones en organizaciones y destinos».

Por último, el profesor Garay incide en un aspecto clave para el futuro del sector, como es el de la planificación: «las restricciones a la movilidad han provocado una fuerte derivación de los flujos turísticos, y ha transformado a muchos potenciales turistas internacionales en turistas domésticos. Esto ha podido contrarrestar en muchos destinos la caída de los viajeros internacionales, mientras que ha permitido despegar a destinos hasta ahora secundarios, como muchos

de interior. Esto es una oportunidad a la vez que un reto, pues corremos el peligro de repetir los errores de la falta de planificación en pasadas oleadas de crecimiento, con las consecuencias que todavía se aprecian en destinos como los más maduros de sol y playa. Espacios especialmente vulnerables se han visto absolutamente invadidos por turistas en el último año y medio y se han tenido que tomar las primeras medidas para regular estos nuevos flujos. TIC y sostenibilidad van de nuevo de la mano, ya que otras plataformas, en este caso las redes sociales, han sido y serán las principales fuentes de información para elegir estos u otros destinos, en ocasiones con afectaciones al medio o superaciones de las capacidades de carga. Es en la intersección de estas a lo que deberemos estar atentos en los próximos años en relación con el desarrollo de la actividad y su necesaria planificación y monitorización».

Referencias bibliográficas

- BROUDER, Patrick (2020). «Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 484-490. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- BUTLER R.W. (1980). «The concept of a tourist area cycle of evolution». En: *Canadian Geographer*, vol. 24, págs. 5-12. Oxford: Pergamon press Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- DÍAZ LUQUE, Pablo (2017, mayo). «Aproximación conceptual a la relación entre la economía colaborativa y el turismo». En: *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1703>
- GARAY, Lluís; MORALES, Soledad; WILSON, Julie (2020, mayo). «Tweeting the right to the city: digital protest and resistance surrounding the Airbnb effect». En: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* [en línea]. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1772867>
- GARAY, Lluís; FONT, Xavier; CORRONS, August (2019). «Sustainability-Oriented Innovation in Tourism: An Analysis Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior». En: *Journal of Travel Research*, vol. 58, núm. 4, págs. 622-636. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287518771215>
- GIBSON, Chris (2021). «Critical tourism studies: new directions for volatile times». En: *Tourism Geographies*, vol. 23, núm. 4, págs. 659-677. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1647453>
- GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, Michael (2020). «Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- HALL, Michael; SCOTT, Daniel; GÖSSLING, Stefan (2020). «Pandemics, transformation and tourism: be careful what you wish for». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm.3, págs. 577-598. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- IOANNIDES, Dimitri; GYIMÓTHY, Szilvia (2020). «The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 624-632. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- MANSILLA, Jose; HUGHES, Neil (2021). «En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia. Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona». En: *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, núm. 30. DOI: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i30.623>
- MORALES PÉREZ, Soledad (2017, mayo). «Claves para entender el turismo de hoy». *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1701>
- POON, Auliana (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CAB International.
- XIANG, Zheng; FUCHS, Mattias; GRETZEL Ulrike; HÖPKEN Wolfram (eds) (2021) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_134-1

Cita recomendada: DÍAZ LUQUE, PABLO; GARAY TAMAJÓN, LLUÍS; GOMIS LÓPEZ, JOAN MIQUEL; GONZÁLEZ REVERTÉ, FRANCESC; MORALES PÉREZ, SOLEDAD; WILSON, JULIE. El turismo frente al reto de la transformación. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2210>



Pablo Díaz Luque

pdiazlu@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga en dos especialidades: Economía Pública y Economía Regional y Urbana. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Tesis –con beca de Turismo de España 2002– sobre los destinos turísticos en internet. Publicaciones en forma de artículos y capítulos de libro en materia de turismo y tecnología, entre otros temas. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC en el ámbito del turismo de las titulaciones de grado y máster.



Lluís Garay Tamajón

lgaray@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Vicecoordinador (director en la UOC) del Doctorado Interuniversitario en Turismo de la Redintur. Investigador principal del grupo de investigación SGR NOUTUR (Nuevas perspectivas en turismo y ocio). Sus principales áreas de interés de investigación se centran en las diversas fuerzas que transforman la actividad turística, donde destacan los procesos colaborativos, cocreativos, sostenibles y responsables relacionados con esta y que impactan en los entornos y organizaciones turísticos y no turísticos, tanto urbanos como rurales. Es también el investigador principal del grupo de investigación NOUTUR (UOC), que tiene como objetivo analizar la naturaleza y los impactos del turismo y las actividades del ocio en el actual entorno caracterizado por la creciente relevancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de la necesidad de transición a modelos turísticos sostenibles y/o responsables.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4209-3319>

RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Lluis_Garay

SCHOLAR: <https://scholar.google.es/citations?user=dIK83WEAAAAJ&hl=en>

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/in/lluis-garay-53007b9?originalSubdomain=en>



Joan Miquel Gomis López

jgomisl@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Director de la diplomatura y del grado de Turismo en el período 2006-2017, ha sido también durante este período director académico de máster y posgrados sobre gestión de destinos y en dirección de organizaciones turísticas. Director de la revista de *Oikonomics*. Doctor por el departamento de Economía y Organización de Empresas (UB). Su docencia e investigación (en el grupo NOUTUR de la UOC) está centrada en el ámbito del turismo en la aplicación de las TIC a la comercialización, la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad, la gestión de los destinos, etc.; temas sobre los que ha publicado numerosos capítulos de libros y artículos académicos y de divulgación. Ha publicado los libros *Turismo justo*, *globalización y TIC* y, con Luis de Borja, *El nuevo paradigma de la intermediación turística*.



Francesc González Reverté

fgonzalrezre@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Geografía por la UAB y máster en Geografía por la misma universidad. Actualmente, es profesor del grado y posgrado de Turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Director del grado de Turismo de la UOC, su labor académica ha sido reconocida con diferentes acreditaciones docentes y tramos de investigación. Sus intereses de investigación son los procesos y las dinámicas de desarrollo de los destinos turísticos de sol y playa, los impactos sociales y culturales de los eventos turísticos y la introducción y el uso de las nuevas tecnologías en los destinos turísticos inteligentes. Además, también está interesado en el aprendizaje *online* aplicado al turismo. Es investigador del grupo de investigación Nuevas Perspectivas en Turismo y Ocio (NOUTUR) de la UOC. Ha participado en diferentes proyectos de I+D sobre turismo y ha publicado artículos, libros y capítulos de libro en distintas revistas y editoriales especializadas nacionales e internacionales. También ha redactado numerosos materiales docentes para asignaturas de turismo de grado y posgrado.



Soledad Morales Pérez

smoralespe@uoc.edu

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Geografía por la Universidad Autónoma de Barcelona y profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC). Actualmente es directora académica del máster universitario de Turismo Sostenible y TIC y del máster de Gestión y Estrategia Sostenible de los Destinos Turísticos, que se organiza junto con la Organización Mundial del Turismo. Es miembro del grupo de investigación en Turismo de la UOC NOUTUR y lidera diferentes proyectos de I+D en el ámbito de la disciplina turística. Sus intereses de investigación se centran actualmente en el análisis de los impactos de la economía de plataforma en el espacio turístico, los procesos de desarrollo turístico desde la perspectiva del género y la implicación de la academia para dar respuesta a las necesidades de la sociedad actual, temática vinculada con el proyecto Erasmus Plus CIRCLET que colidera en la UOC.



Julie Wilson

jwilson2@uoc.edu

Vicedecana de Investigación y profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Es miembro del grupo de investigación NOUTUR, donde realiza docencia e investigación en el ámbito de turismo y sostenibilidad. Actualmente, es Chair de la Comisión de Turismo, Ocio y Cambio Global de la Unión Geográfica Internacional y en 2019 fue galardonada con el premio internacional Roy Wolfe, de la American Association of Geographers (AAG). Sus intereses de investigación se centran en el análisis del turismo en la transformación socioterritorial del paisaje urbano/rural, el papel de la cultura y la creatividad en la generación de nuevas formas de sostenibilidad en el turismo y la economía de plataforma/ la geografía económica evolutiva como marcos interpretativos para entender el turismo. Ha publicado 10 libros editados y más de 40 artículos y capítulos de libro en editoriales de referencia y es miembro de los comités editoriales de las revistas *JCR/SJR Q1 Tourism Geographies* y *Current Issues in Tourism*.

Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es_ES.

