

SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL EN LA ÉPOCA POST-COVID-19. EL CASO DE MÁLAGA COMO DESTINO CULTURAL

Francisco Sánchez-Cubo¹

José Luis Sánchez-Ollero²

Elisa del-Cubo-Arroyo³

Resumen:

La crisis sanitaria causada por la pandemia COVID-19 ha conllevado el inicio de una crisis económica de importante calado, cuyo principal damnificado es la industria hostelera. Esto es especialmente relevante en países y regiones altamente dependientes del turismo como España en su conjunto o, más concretamente, Andalucía. En este contexto, cabe indagar en los efectos que esta crisis provoque en los destinos turísticos, atendiendo a sus diferentes características y circunstancias.

Por tanto, este estudio analiza los efectos presentes y potenciales de la crisis actual y de las políticas derivadas de ella en los destinos culturales, tomando la ciudad de Málaga como caso de estudio. Para ello, se realiza un análisis descriptivo de la oferta hotelera española en el año 2019, al tiempo que se realiza una comparativa con las cifras provisionales actuales. Además, se evalúan los efectos de las políticas ejecutadas y se infieren los potenciales efectos de estas en la industria hotelera malagueña. Así, este trabajo resulta relevante en tanto que proporciona una visión holística de la situación actual de la hotelería malagueña y permite conocer las fortalezas y debilidades que esta presenta, contribuyendo al proceso de toma de decisiones.

Palabras Clave: Alojamiento, COVID-19, Crisis Económica, Destino Cultural, España

BUSINESS SURVIVAL IN THE POST-COVID-19 ERA. THE CASE OF MÁLAGA AS A CULTURAL DESTINATION

Abstract:

The health crisis caused by the COVID-19 pandemic has led to the beginning of a dramatic economic crisis, the principal victim of which is the hospitality industry. That is especially relevant in countries and regions highly dependent on tourism such as Spain as

¹ Universidad de Castilla-La Mancha. francisco.scubo@uclm.es

² Universidad de Málaga. jlsanchez@uma.es

³ Universidad de Málaga. eidelcubo@uma.es

a whole or, more specifically, Andalusia. In this context, it is worth investigating the effects that this crisis would have on tourist destinations, taking into account their different characteristics and circumstances.

Therefore, this study analyses the present and potential effects of the current crisis and the policies derived from it on cultural destinations, taking the city of Malaga as a case study. For this, a descriptive analysis of the Spanish hotel industry in 2019 is carried out, while a comparison is made with the current provisional figures. Besides, the effects of the policies implemented are evaluated, and their potential effects in the hospitality industry of Malaga are inferred. Thus, this piece of work is relevant insofar as it provides a holistic view of the current situation of the hospitality industry in Malaga and allows to know the strengths and weaknesses it has, contributing to the decision-making process.

Keywords: Accommodation, COVID-19, Cultural Destination, Economic Crisis, Spain

1. INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria causada por la pandemia COVID-19 ha provocado una convulsión sin precedentes a escala global, dañando seriamente la economía de los países. Esto es aún más preocupante en países especialmente dependientes del turismo, como España, pues una vez superado el periodo de la práctica paralización de la economía debido al confinamiento de la población, aún permanecen numerosas restricciones a los viajeros nacionales e internacionales, así como múltiples limitaciones a las actividades hosteleras. En este sentido, resulta muy interesante el análisis de la industria hostelera, sub-industria turística usualmente considerada en los estudios turísticos dada su concreción como actividad económica en la clasificación de la CNAE-09 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas, 2009).

Por otra parte, resulta evidente que los efectos de la crisis económica derivada de la crisis sanitaria no serán homogéneos en todos los países, inclusive dentro de un mismo territorio. Es por ello por lo que este trabajo limita su enfoque en Andalucía, Comunidad Autónoma española muy dependiente de la actividad turística (13.1% del PIB regional) (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, 2019). Y, en concreto dentro del territorio andaluz, se ha escogido la ciudad de Málaga por su tamaño, volumen de turistas y, especialmente, la desestacionalización que genera el ser un destino cultural. Por ello, este estudio puede servir como base para el análisis de los efectos de la crisis provocada por el COVID-19 en otros destinos culturales en tanto que se asemejen sus caracteres con la capital malagueña.

Así, el presente trabajo se estructura como sigue. Tras esta breve introducción, se realiza una revisión de la literatura sobre destinos culturales atendiendo a las características de estos y los elementos clave en su concepción y desarrollo. Seguidamente, tras la exposición de la metodología empleada, se lleva a cabo un análisis descriptivo comparativo de la oferta hostelera de la ciudad de Málaga, así como de la oferta cultural de esta. Tras ello, se discuten los resultados en base a los últimos informes

disponibles, a fecha de redacción de este trabajo, de organismos como el Banco de España o la Organización Mundial del Turismo. Finalmente, se esbozan las conclusiones de este estudio, con énfasis en las fortalezas y debilidades que presenta Málaga como destino cultural, contribuyendo al proceso de toma de decisiones.

2. ESTADO DEL ARTE

El concepto de turismo cultural y, por extensión, de destinos culturales ha sido durante las últimas décadas objeto de análisis desde múltiples perspectivas (Ferrari et al., 2018) que incluyen el prisma económico, geográfico o cultural, entre otros, dados los ingresos que reporta, útiles para la conservación del patrimonio local (McKercher et al., 2005). No obstante, la definición de este fenómeno, paso indispensable para un análisis estandarizado de los destinos que permita la comparación de estos, ha sufrido múltiples variaciones a lo largo de los años (Zins & Ritchie, 1978; Richards, 2001; Organización Mundial del Turismo, 2005; Mallor et al., 2013; Cetin & Bilgihan, 2016), incluyendo y desechando constantemente elementos de este heterogéneo conglomerado de atractivos turísticos en función de los autores u organismos que lo estudiasen (véase Mallor et al., 2013).

De hecho, la Organización Mundial del Turismo ha modificado los atractivos que incluye en la definición de turismo cultural, siendo la última de estas definiciones la tomada como referencia en tanto que recoge un amplio espectro de actividades popularmente consideradas como tal:

«Un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones/productos turísticos, tangibles e intangibles, de un destino turístico. Estas atracciones/productos se relacionan con una serie de características distintivas materiales, intelectuales, espirituales y emocionales de una Sociedad que abarca el arte y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio culinario, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, sus sistemas de valor, sus creencias y sus tradiciones» (Organización Mundial del Turismo, 2017).

No obstante, a pesar de contribuir a delimitar el concepto de turismo cultural, no es de especial utilidad a la hora de valorar cuantitativa o cualitativamente un destino cultural, pues no es su propósito sino el de generar un marco conceptual. Considerando esto, son varios los estudios que han tratado de identificar las dimensiones del turismo cultural a fin de poder estudiar este fenómeno. A destacar los trabajos de Zins & Ritchie (1978), Richards (2001) y Mallor et al. (2013), siendo este último una versión actualizada y más amplia de los anteriores.

Aun así, no existen unos parámetros consensuados que permitan discernir entre destinos culturales en función de sus atractivos. En consecuencia, son los turistas mediante la motivación de su viaje y sus actividades en el destino los que determinan que una determinada ciudad pueda ser considerada como destino turístico. Esto es, el número de museos puede ser irrelevante si no son visitados por los turistas, así como el patrimonio monumental (edificios históricos, iglesias, casas o fiestas populares...) puede no ser

motivación suficiente para la visita si no hay una infraestructura turística que pueda prestar servicio a los visitantes.

3. METODOLOGÍA

La evaluación de la supervivencia empresarial en el escenario post-COVID-19 en la ciudad de Málaga como destino cultural ha de realizarse en dos fases. En primer lugar, se realiza un análisis de los elementos que definen, en general, según la literatura académica, los destinos culturales y, en consecuencia, se estudia si la capital malacitana se corresponde con tales criterios. Esto se trata de una aproximación, pues un análisis exhaustivo que permita la comparación entre destinos es altamente complejo y se escapa al objetivo de este trabajo.

En segundo lugar, se lleva a cabo análisis descriptivo de la oferta hostelera de la ciudad utilizando datos del Instituto Nacional de Estadística explotados a nivel municipal por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2020). Estos datos son tomados a término del año 2019, pues son los últimos datos estables disponibles, y se comparan con los datos provisionales actuales que proporcionan los organismos oficiales. Finalmente, se emplean informes elaborados por diferentes organismos como el Banco de España o la Comisión Europea, entre otros, en la discusión de este trabajo para la valoración de los datos expuestos previamente.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Desde que en el año 2003 abriese en Málaga el “Museo Picasso Málaga”, la ciudad ha apostado por ser un referente en turismo cultural, en la búsqueda de deshacerse de la imagen de destino de sol y playa característica de la Costa del Sol. Principalmente, este cambio de imagen ha tratado de llevarse a cabo mediante la apertura de museos de muy diferente índole, contando actualmente con hasta 36 museos (García-Mestanza & García-Revilla, 2016), y, recientemente, mediante la apuesta por el arte contemporáneo y urbano. Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos e inversiones llevadas a cabo, parece que este cambio tan solo es percibido por los locales, no por los turistas (Almeida-García et al., 2020).

Prueba de ello son los datos más recientes recogidos por el Observatorio Turístico de Málaga (2018), los cuales reflejan el interés de los turistas y excursionistas por los elementos culturales de la ciudad, si bien no superan al clima o el sol y playa como motivaciones para la visita y la realización de actividades. Concretamente, apenas un 13.38% de los turistas declararon motivaciones culturales (19.83% al considerar la gastronomía y enología parte del patrimonio cultural). En este sentido, el propio Observatorio Turístico de Málaga limita el consumo cultural a la visita de monumentos o lugares emblemáticos a fin de segmentar aún más a los visitantes de la ciudad pues el concepto turismo cultural es excesivamente amplio para la planificación turística.

No obstante, a modo de análisis de los factores que hacen de una ciudad un destino turístico cultural, se emplean las dimensiones propuestas por Richards (2001) para

evaluar la pertinencia del término a la ciudad de Málaga, por ser, a juicio de los autores de este trabajo, el modelo mejor ajustado a la definición propuesta por la Organización Mundial del Turismo. Así, los autores distinguen cuatro dimensiones (Tabla 1).

Tabla 1. Dimensiones de los destinos culturales.

Forma	Presente	Clases de idiomas	Entretenimiento
		Vacaciones creativas	Festivales de arte
		Exposiciones de arte	Parques temáticos
	Pasado	Festivales de folklore	
		Atracciones basadas en el patrimonio	
		Galerías de arte	Desfiles históricos
		Museos	
		Monumentos	
	Educación		Entretenimiento
	Función		

Fuente: Richards (2001)

Sin embargo, resulta evidente que el análisis cuantitativo y cualitativo de los elementos incluidos en la Tabla 1 es extremadamente complejo, dada la naturaleza de estos. Esto, a su vez, dificulta la comparación entre destinos, pero no es el objetivo de este trabajo. En consecuencia, el modelo propuesto tan sólo será de utilidad para valorar la pertinencia de la definición de “destino cultural” a la ciudad de Málaga. Así, esta goza prácticamente de la totalidad de los elementos, con especial énfasis en los museos, monumentos, festivales de arte y clases de idiomas. Tan sólo quedarían excluidos los parques temáticos (el más próximo se encuentra en el municipio anexo de Torremolinos) y la consideración de la capital como destino en el que desarrollar vacaciones creativas. Con todo ello, Málaga podría ser considerada sobradamente como destino cultural

Una vez determinado lo anterior, es preciso conocer la infraestructura hotelera de que dispone la ciudad. Los últimos datos ofrecidos por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2020) datan de octubre de 2020, por lo que comprenden gran parte del periodo de la pandemia COVID-19, incluyendo el inicio de la “segunda ola”. Los gráficos 1 y 2 muestran las variaciones interanuales en los meses para los que existen datos a nivel municipal. Los datos relativos a los meses afectados por el primer Estado de Alarma no están disponibles públicamente, a excepción del mes de abril, pero cuyos valores son todo 0 a causa de la imposición del confinamiento domiciliario y el cierre de fronteras.

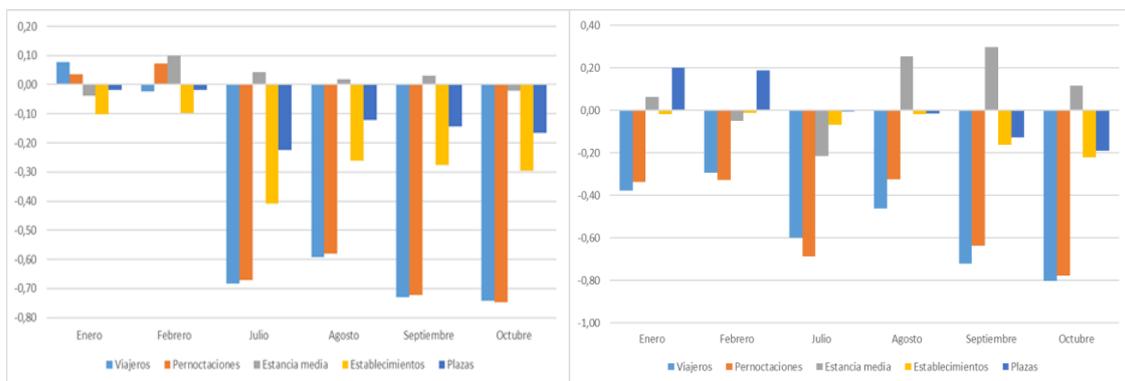
Asimismo, tan sólo es posible realizar los análisis de los establecimientos hoteleros y los apartamentos, dado que los datos para las categorías de campamentos de turismo y alojamientos rurales están protegidos por secreto estadístico. Esto último sucede, de una parte, porque en el municipio de Málaga tan sólo existe un campamento de turismo, que cuenta con 114 plazas, y su uso está limitado al personal militar en activo o retirado. Y,

de otra parte, porque tan sólo hay registrados 40 establecimientos de alojamiento rural, que cuentan con 432 plazas. En ambos casos, los alojamientos comprendidos en estas categorías se encuentran protegidos por secreto estadístico.

En primer lugar, se analizan las variaciones experimentadas por establecimientos hoteleros y apartamentos a consecuencia de la pandemia COVID-19. El gráfico 1 muestra un evidente desplome a partir del mes de julio -no antes dado que no se encuentran disponibles los datos del periodo de Estado de Alarma- en ambos tipos de alojamiento. No obstante, para el caso de los apartamentos turísticos tal desplome interanual comienza en enero, con caídas especialmente fuertes en viajeros y pernoctaciones -38% y 34% respectivamente- sumadas al cierre de 27 establecimientos. Por el contrario, la estancia media y el número de plazas ofertadas aumentó notablemente -6% y 20% respectivamente- con especial atención a la estancia media del turismo nacional, que aumentó en un 20% respecto a enero de 2019. La misma tendencia prosiguió en febrero.

Respecto al periodo comprendido entre julio y octubre, considerado como el impasse entre la “primera ola” y la “segunda ola” de la pandemia COVID-19, el desplome en todos los indicadores de ambas categorías de alojamiento es dramático. Tan sólo se incrementa la estancia media y debido, a priori, a la naturaleza de los viajes, cuya realización es más costosa en términos de requisitos sanitarios y, por ende, disminuye el número de “escapadas”, lo que incrementa sustancialmente la estancia media. Sin embargo, esto es ilusorio, pues, efectivamente, el volumen de turistas es abrumadoramente bajo, rozando variaciones interanuales de -80% en octubre. Es más, en caso de atender al desglose por nacionalidad de los viajeros, tal desplome roza el 90% en viajeros internacionales en los alojamientos hoteleros y hasta el 95% en los apartamentos turísticos.

Gráfico 1. Variación interanual de los indicadores de alojamiento para los establecimientos hoteleros (izquierda) y apartamentos (derecha) en el municipio de Málaga.



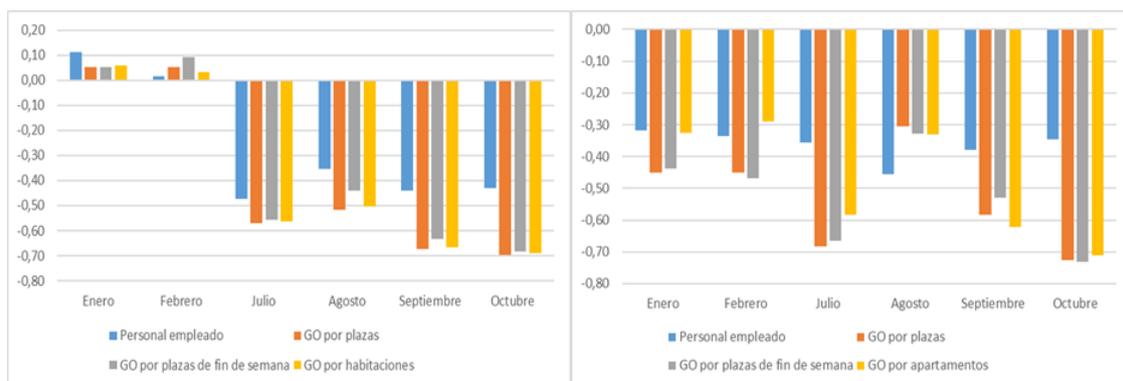
Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2020). Elaboración propia.

Esto es dramático de cara a una eventual recuperación del sector hostelero, puesto que, según se observa en el gráfico 1, desde el final del primer Estado de Alarma se han sucedido los cierres de establecimientos. En el caso de los establecimientos hoteleros, estos cierres comenzaron en julio, al darse por perdida la temporada de verano, con caídas

de un 41% en julio y un 26% en agosto. Esta tendencia se ha mantenido estable en septiembre y octubre, con caídas de un 28% y un 30% respectivamente. En el caso de los apartamentos turísticos, los decrementos han sido menores y comenzaron en el mes de septiembre, con caídas del 16% y 22% respectivamente.

Igualmente, el gráfico 2 muestra tendencias similares, pues las variables estudiadas son altamente dependientes. La ocupación es extremadamente baja en ambos tipos de alojamiento durante la segunda mitad del año, si bien, nuevamente, los apartamentos turísticos acusan este decremento desde el mes de enero. Tal y como se presupone, al caer el número de viajeros y mantenerse constantes o levemente reducidas las plazas de alojamiento, los grados de ocupación se desploman. Afortunadamente, las caídas en personal empleado son menores, aunque extremadamente altas, oscilando entre el 30% y el 50% en ambos tipos de alojamiento y los diferentes meses contemplados.

Gráfico 2. Variación interanual de los indicadores de empleo y ocupación para los establecimientos hoteleros (izquierda) y apartamentos (derecha) en el municipio de Málaga.



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2020). Elaboración propia.

Sin lugar a duda, estas cifras son muy preocupantes, más aún cuando, desde octubre, las autoridades sanitarias han afirmado que el país se encuentra inmerso en la “segunda ola” de la pandemia e, incluso, algunos expertos hablan de una “tercera ola” tras las festividades invernales. Para comprender la dimensión del impacto hipotético de la pandemia en el sector hostelero, es preciso atender al hecho de que, en el tercer trimestre de 2020, el paro registrado es del 16.26%, siendo de un 18.94% en la industria hostelera (Instituto Nacional de Estadística, 2020). Estas cifras se agravan aún más al considerar que, por directrices de la Unión Europea, no se consideran a los trabajadores afectados por regulaciones temporales del empleo como desempleados sino como inactivos. En el caso español, esto supone 728,909 personas (Alcelay, 2020), de las cuales 150,125 tienen su puesto de trabajo en el sector hostelero (Expansión, 2020). Previsiblemente, muchos de estos trabajadores no recuperarán su empleo una vez que los subsidios públicos se agoten, por lo que pasarían a engrosar las cifras de desempleo. En el peor de los escenarios, en el que todos estos trabajadores son despedidos, la tasa de paro ascendería

a un 27.13% en la industria hostelera, una cifra jamás alcanzada durante la anterior crisis económica

Por tanto, actualmente el debate se centra en los mecanismos que garanticen la supervivencia del sector hostelero al tiempo que se protege a la población de la pandemia COVID-19. La estrategia del Gobierno estatal es clara: apoyarse en fondos europeos para financiar los expedientes reguladores de empleo, con la esperanza de una eventual recuperación de la actividad económica en el corto plazo -primer semestre del año 2021-, motivada por la vacunación masiva de la población durante el primer trimestre de 2021. Así, en esta línea han sido diseñados los Presupuestos Generales del Estado para el ejercicio 2021. No obstante, son múltiples los organismos que califican estas previsiones como poco factibles y las cuentas estatales como irreales. A nivel global, la Organización Mundial del Turismo, a pesar de la progresiva relajación de las medidas restrictivas a la movilidad (Organización Mundial del Turismo, 2020) se presenta escéptica, y calcula que el turismo tardará casi un lustro en recuperar los niveles pre-COVID-19 (El Economista, 2020).

Pero, quizás, el mayor azote a las previsiones gubernamentales se da por parte del Banco de España, organismo especialmente crítico con las políticas adoptadas, su persistencia en el tiempo y los efectos directos e indirectos a corto y medio plazo. Al inicio de la crisis sanitaria, en su comparecencia en el mes de mayo, el Gobernador de esta institución alabó la rapidez en la inyección de ayudas públicas en el tejido empresarial y las familias (Hernández-de-Cos, 2020a), pero advertía de la necesidad de realizar reformas estructurales una vez superado el pico de la pandemia. Sin embargo, en una nueva comparecencia en junio, ya superada la fase más aguda de la crisis sanitaria, insistía en dichas reformas estructurales y se mostraba preocupado ante la inacción del Gobierno en este sentido (Hernández-de-Cos, 2020b). En este sentido volvía a manifestarse en noviembre con relación a los Presupuestos Generales del Estado para 2021, incrementando la preocupación por la deuda a medio y largo plazo (Hernández-de-Cos, 2020c), e instando a exprimir la batería de ayudas europeas para hacer frente a la crisis económica derivada de la crisis sanitaria (Comisión Europea, 2020).

Paralelamente, por el lado de los trabajadores, el elevado número de empleados que continúan sujetos a un expediente temporal de regulación de empleo, la disminución de horas trabajadas en el tercer trimestre de 2020 en el caso de aquellos que aún trabajan (Soler & Izquierdo, 2020) y el riesgo de despido al que se enfrentan los trabajadores españoles, especialmente aquellos de ingresos bajos (Eurostat, 2020), hace prever unos niveles muy elevados de desempleo una vez se acaben los subsidios. Por otra parte, por el lado de las empresas, el endurecimiento de los requisitos para acceder a créditos (Menéndez-Pujadas & Mulino, 2020), la necesidad de pagar los créditos ya concedidos y el alto volumen de empresas declaradas insolventes, especialmente en el sector hostelero, - entre un 20% y un 32% según las estimaciones del Banco de España- puede hacer peligrar la supervivencia empresarial de muchas pequeñas y medianas empresas (Blanco et al., 2020).

No obstante, cada destino goza de unas características concretas que habrán de empeorar o mejorar estas previsiones realizadas para el conjunto de la economía o de la industria turística. En este sentido, en el caso de Málaga como destino cultural, son varios

los motivos que motivan previsiones no tan pesimistas. En primer lugar, es conocido la influencia de la ubicación de los destinos en la supervivencia empresarial (Lado-Sestayo et al., 2016), con especial incidencia de la tipología del turismo, siendo bastante menos perjudicados en época de crisis los destinos hoteleros, al contrario que los residenciales (Perles-Ribes et al., 2020). Lo cual es positivo para el municipio de Málaga capital dado que menos de un 5% de sus visitantes se aloja en segunda residencia (Observatorio Turístico de Málaga, 2018). De igual forma, el tamaño empresarial también juega un papel fundamental en la supervivencia de los negocios hosteleros, siendo especialmente beneficiadas las medianas y grandes empresas (Peric & Vitezic, 2016). En este sentido, una parte importante de la planta hotelera de la ciudad se corresponde con grandes cadenas hoteleras. Sin embargo, la mayor parte de los apartamentos turísticos y un número relevante de pequeños hoteles son propiedad de particulares o pequeñas empresas.

Con todo, quizás el elemento determinante sea la estrategia de precios que lleve a cabo el destino de forma conjunta, aunque sea tácita por motivos de competencia. De la experiencia de la crisis económica de 2008 se extrae que aquellas empresas que entran en una guerra de precios son las más perjudicadas a nivel financiero y en términos de satisfacción de los clientes por un empobrecimiento de sus servicios (Alonso-Almeida & Bremser, 2013). Es más, estas maniobras benefician a las cadenas hoteleras, en tanto que pueden sacrificar rentabilidad y mantener el estándar de sus servicios. Sin embargo, este sacrificio, aunque pueda conllevar un aumento de las pernoctaciones, no es sinónimo de supervivencia empresarial (Ramón-Dangla, 2016).

Por todo ello, será preciso aguardar (1) al fin de la “segunda ola” de la pandemia COVID-19 -salvo que comience una hipotética “tercera ola”-, (2) a conocer las consecuencias del fin de los subsidios o, en su defecto, hasta cuándo se prolongarán estos, y (3) a la estrategia de los destinos para la atracción de turistas en la era post-COVID-19. Aunque, en caso de mantenerse constante el último estudio sobre caracterización de los turistas que visitan la ciudad (Observatorio Turístico de Málaga, 2018), el grado de satisfacción y repetición de la visita es muy elevado -50%-, así como el interés en actividades de fácil control de las medidas sanitarias, como son las actividades propias del turismo cultural -47.24%-, en contraste con otras de difícil control como es el sol y playa.

5. CONCLUSIONES

La actual crisis sanitaria provocada por la pandemia COVID-19, así como la crisis económica que lleva aparejada, han provocado fuertes convulsiones en la economía global. Entre los sectores más afectados, el turismo se erige como uno de los más damnificados por las limitaciones a la libre circulación de las personas. En este sentido, el estudio de la hostelería, como actividad productiva delimitada dentro del amplio espectro que abarca la industria turística, se antoja esencial para prever las consecuencias de esta crisis en las economías de las naciones, especialmente de aquellas muy dependientes del turismo, como España.

Para ello, este trabajo se presenta como una aproximación para conocer los impactos de la pandemia COVID-19 en la hostelería de los destinos culturales, tomando la ciudad de Málaga como caso de estudio. En primer lugar, se realiza una revisión de la

literatura sobre el concepto de destino cultural, en base a la cual se indaga en modelos que permitan cotejar la pertinencia de tal definición para un determinado destino turístico. En este sentido, se propone utilizar el modelo de Richards (2001) como guía, en tanto que encaja con la definición más reciente de destino cultural.

Seguidamente, se realiza un análisis de la oferta hostelera, concretamente del subsector del alojamiento, para conocer las dimensiones del impacto de la pandemia en ella. En síntesis, los efectos han sido devastadores, pero aún permanece una parte importante de la planta hotelera y de apartamentos turísticos. Sin embargo, las cifras también arrojan una tendencia al cierre paulatino de establecimientos a medida que la paralización de la actividad turística se prolonga, lo que supone previsiones poco optimistas en el corto y medio plazo.

En este sentido de recuperación en el medio-largo plazo se expresan varios organismos de entidad muy notable como son la Organización Mundial del Turismo, la Comisión Europea o el Banco de España, siendo este último el organismo del que emanan las principales recomendaciones y críticas a las políticas gubernamentales de gasto público sostenido en el tiempo. Esto, unido a indicadores adicionales como son el acceso a créditos por parte de las empresas, el volumen de negocios insolventes en hostelería o el elevado riesgo de despido de los trabajadores españoles, hace prever una recesión fortísima, mucho mayor a la experimentada en la crisis económica global de 2008.

Sin embargo, parece haber lugar al optimismo pues la Unión Europea pretende inyectar miles de millones de euros a los países miembros para hacer frente a esta nueva crisis económica, oportunidad que puede ser aprovechada para realizar los cambios estructurales que demanda el Banco de España, a fin de evitar una deuda colosal a largo plazo. Por otra parte, en el ámbito de la hotelería malagueña, se ha observado que goza de las características que resultaron más ventajosas a las empresas hoteleras durante la crisis económica anterior. Además, su perfil de turista tiende a la repetición de la visita, resulta muy satisfecho y, mayoritariamente, se interesa por actividades consideradas como turismo cultural, las cuales permiten un control más eficaz de la pandemia sobre otras tipologías de turismo como el sol y playa.

BIBLIOGRAFIA

- Alcelay, S. (2020) El equilibrio inestable de los ERTE: cómo revivir 728.909 empleos zombi. *ABC*. Recuperado de: https://www.abc.es/economia/abci-equilibrio-inestable-erte-como-revivir-728909-empleos-zombi-202010252144_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- Almeida-García, F., Domínguez-Azcue, J., Mercadé-Melé, P. & Pérez-Tapia, G. (2020) Can a destination really change its image? The roles of information sources, motivations, and visits. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100662. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100662.
- Alonso-Almeida, M.M. & Bremser, K. (2013) Strategic responses of the Spanish hospitality sector to the financial crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 141-148. DOI: 10.1016/j.ijhm.2012.05.004.

- Blanco, R., Mayordomo, S., Menéndez, Á. & Mulino, M. (2020) El impacto de la crisis del COVID-19 sobre la situación financiera de las empresas no financieras en 2020: evidencia basada en la central de balances. *Artículos Analíticos, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.
- Cetin, G. & Bilgihan, A. (2016) Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19, 137-154.
- Clasificación Nacional de Actividades Económicas (2009) *Lista completa de actividades*. Recuperado de: <https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php>
- Comisión Europea (2020) Jobs and economy during the coronavirus pandemic. *Comisión Europea*. Recuperado de: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic_en
- Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local (2019) *Balance del Año Turístico en Andalucía – 2019*. Recuperado de: https://multimedia.andalucia.org/saeta/bata_2019.pdf
- El Economista (2020) La OMT calcula que el turismo tardará 3 o 4 años en recuperar el nivel de crecimiento previo al covid. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10776432/09/20/La-OMT-calcula-que-el-turismo-tardara-3-o-4-anos-en-recuperar-el-nivel-de-crecimiento-previo-al-covid.html>
- Eurostat (2020) COVID-19 labour effects across the income distribution. *Eurostat: Statistics Explained*. Recuperado de: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=COVID-19_labour_effects_across_the_income_distribution
- Expansión (2020) Agonía del comercio y la hostelería: los trabajadores afectados por ERE se multiplican por 97 y 47, respectivamente, en un año. *Expansión*. Recuperado de: <https://www.expansion.com/economia/2020/10/25/5f956024468aeb7e7d8b4662.html>
- Ferrari, G., Mondéjar-Jiménez, J. & Secondi, L. (2018) Tourists' Expenditure in Tuscany and its impact on the regional economic system. *Journal of cleaner production*, 171, 1437-1446.
- García-Mestanza, J. & García-Revilla, R. (2016) El turismo cultural en Málaga. Una apuesta por los museos. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 121-135. ISSN: 2444-0299
- Hernández-de-Cos, P. (2020a) La economía española ante la crisis del COVID-19. Comparecencia ante la Comisión de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Congreso de los Diputados. 18 de mayo de 2020. *Documentos Ocasionales*, nº2023. ISSN: 1696-2230
- Hernández-de-Cos, P. (2020b) Los principales retos de la economía española tras el COVID-19. Comparecencia en la Comisión para la Reconstrucción Social y

- Económica de España tras el COVID-19. Congreso de los Diputados, 23 de junio de 2020. *Documentos Ocasionales*, nº2024. ISSN: 1696-2230
- Hernández-de-Cos, P. (2020c) Comparecencia ante la Comisión de Presupuestos del Congreso de los Diputados en relación con el proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2021.04 de noviembre de 2020. *Banco de España: Eurosistema*. Recuperado de: <https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/IntervencionesPublicas/Gobernador/Arc/Fic/hdc041120.pdf>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2020) *System of Multiterritorial Information of Andalusia (SIMA)*. Recuperado de: <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/index2-en.htm>
- Instituto Nacional de Estadística (2020) *Economically Active Population Survey*. Recuperado de: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595
- Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M. & Otero-González, L. (2016) Survival in the lodging sector: An analysis at the firm and location levels. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 19-30. DOI: 10.1016/j.ijhm.2016.08.005
- Mallor, E., González-Gallarza-Granizo, M. & Fayos-Gardó, T. (2013) ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso español. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 269-284. DOI: 10.25145/j.pasos.2013.11.017
- McKercher, B., Ho, P. & du Cros, H. (2005) Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, 539–548.
- Menéndez-Pujadas, Á. & Mulino, M. (2020) Encuesta sobre préstamos bancarios en España: octubre de 2020. *Artículos Analíticos, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.
- Observatorio Turístico de Málaga (2018) *Observatorio Turístico Ciudad de Málaga, Noviembre 2017 – Octubre 2018*. Recuperado de: <http://s3.malagaturismo.com/files/638/638/presentacion-observatorio-turistico-ciudad-de-malaganov17oct18.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2020) *COVID-19 Related Travel Restrictions - A Global Review for Tourism*. Recuperado de: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-12/201202-Travel-Restrictions.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2017) *Tourism and culture*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/tourism-and-culture>
- Organización Mundial del Turismo (2005) *Cultural Tourism and Poverty Alleviation - The Asia-Pacific Perspective*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408108>

- Peric, M. & Vitezic, V. (2016) Impact of global economic crisis on firm growth. *Small Business Economics*, 46, 1-12. DOI: 10.1007/s11187-015-9671-z
- Perles-Ribes, J.F., Ramón-Domínguez, A.B., Sevilla-Jiménez, M. & Moreno-Izquierdo, L. (2016) Unemployment effects of economic crises on hotel and residential tourism destinations: The case of Spain. *Tourism Management*, 54, 356-368. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.12.002
- Ramón-Dangla, R. (2016) La huella de la crisis y la estrategia de supervivencia en la industria hotelera española: Una aproximación a través de los estados financieros. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 117-126. DOI: 10.18089/tms.2016.12213
- Richards, G. (2001) *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI.
- Soler, I. & Izquierdo, M. (2020) La evolución del empleo y del paro en el tercer trimestre de 2020, según la Encuesta de Población Activa. *Notas Económicas, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.
- Zins, M. y Ritchie, B.J.R. (1978) Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 252-267. DOI: 10.1177/0047287578017002153