



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

POSGRADOS



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO FINAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN CULTURAL

Especialización en Gestión Cultural

CONSUMOS CULTURALES ESPIRITUALES EN COVID-19

ELISA BATISTA FABELLO

**TUTORA: MG. VERONICA ALONSO
CORO**

**COORDINADORA: PROFA. DRA.
ROSARIO RADAKOVICH**

MONTEVIDEO

URUGUAY

2023

ELISA BATISTA FABELLO
13/04/2023

Índice

Resumen:	1
Palabras clave:	2
Introducción.....	3
Fundamentación:.....	5
Antecedentes:.....	6
Preguntas de investigación:	7
Hipótesis:	8
Marco teórico	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	9
Metodología:	9
Actividades	10
Pasos de desarrollo del proyecto.....	10
Cronograma de actividades:	11
Resultados esperados:	11
Bibliografía.....	13

Resumen

Consumos Culturales Espirituales en COVID-19 es un proyecto que busca reflexionar sobre las prácticas que conectan el cuerpo, la respiración y la mente, su utilidad durante la pandemia y las modificaciones que estas sufrieron en los grupos seleccionados de la ciudad de Montevideo. Los cambios que estos centros necesitaron llevar a cabo por regulaciones sanitarias debido al aislamiento social, su labor como ambientes de esparcimiento mental y físico de la realidad circundante. Tomando como práctica fundamental el yoga y mindfulness y su repercusión en redes sociales.

Palabras clave

Yoga, COVID-19, Montevideo, esparcimiento mental, consumos culturales espirituales, redes sociales.

Abstract

Spiritual Cultural Consumption in COVID-19 is a project that seeks to reflect on the practices that connect the body, breath, and mind, their usefulness during the pandemic, and the changes they underwent in selected groups in the city of Montevideo. The changes that these centers needed to carry out due to sanitary regulations due to social isolation, their work as environments for mental and physical recreation of the surrounding reality. Taking yoga and mindfulness as a fundamental practice and its impact on social networks.

Key words

Yoga, Covid-19, Montevideo, mental entertainment, spiritual cultural consumption, social networks.

Introducción

Cuando el mundo atravesó una contingencia completamente nueva que obligó a la población al confinamiento y al enfrentamiento a una desconocida sensación de incertidumbre, afectó todos los aspectos de la vida y detonó altos niveles de estrés, ansiedad y depresión. Los consumos culturales espirituales, vinieron a salvaguardar la calma y la paz interior, desde la enajenación de la realidad circundante y la búsqueda del equilibrio interno.

Estos son un sistema de creencias, muy difundido a nivel mundial, que abarca diversas organizaciones y grupos autónomos. No corresponde a un movimiento homogéneo, más bien combina diversas tradiciones tales como la teología de las religiones orientales, como hinduismo, budismo y taoísmo, con prácticas de ocultismo occidental; la astrología, la psicología junguiana, el druidismo o religión Celta, la meditación trascendental y el yoga. Este grupo heterogéneo de prácticas tendría como meta la transformación de la sociedad por medio del cambio espiritual (Hollinger, 2004).

Abarca una infinidad de aspectos, tanto productos como servicios, como lo pueden ser colchonetas, implementos para estiramiento, bandas elásticas, bloques, cojines, cuencos tibetanos, velas, inciensos, cursos al aire libre o de manera virtual, guías de meditación, libros, manillas, y una innumerable lista que convierte a este en un mercado atractivo y en constante expansión. Estas empresas no han sido ajenas a la coyuntura provocada por el coronavirus y todo lo que este implica.

De aquí nace la importancia de observar cuales son las potencialidades del sector y qué posibilidades tiene de salir adelante incluso con un mundo sumergido en cuarentena, debido a que toda actividad que proporcione bienestar y ayude a conllevar la situación de cada quien, en medio de todo, toma mayor relevancia cada vez.

El estilo de vida del yoga y mindfulness son ramas dentro de los consumos culturales espirituales, que cada día toma más y más seguidores, y con la pandemia de COVID-19 esto ha continuado así. Los tiempos actuales han llevado a la sociedad a cambios impensables, muchas personas han perdido su empleo, cientos de personas estuvieron en sus casas sin poder salir, otras por su parte hicieron sus actividades cotidianas completamente a distancia y desde sus casas, esto sin mencionar los estragos en la salud y vida de las personas y en la economía que ha traído la pandemia por sí sola.

En medio de todo esto, las personas buscan soluciones, no solo para sus actividades, sino para su ser y su estado de ánimo. Es aquí donde encuentran herramientas para la vida en los consumos culturales espirituales como el yoga y el mindfulness. Estas prácticas están respaldadas por estudios y libros y han probado brindar a las personas acceso a una actividad beneficiosa para la salud mental, la salud física y el bienestar en general, reduciendo los niveles de colesterol y mejorando la circulación arterial, y así como cualquier otro deporte u actividad física, proporciona un estilo de vida en el que las personas se sumergen y contraen un entorno social en el que se sienten en consonancia, sale de su zona de confort y conocen nuevas personas.

Una de las definiciones del mindfulness es la alternativa de directrices mediante las cuales, de manera tradicional y heredada, las personas aprenden a lidiar con sus conductas, pensamientos y contextos externos. Por su parte, el yoga puede ser definido como una experiencia de yo en el que filosóficamente se tienen dos mundos, una dimensión interna de sensaciones y emociones, y un mundo externo con el cuál se interactúa, en los cuales se unen cuerpo y mente con el fin de encontrar armonía y consonancia. (Guerrero, 2020)

El proyecto trata, cómo los consumos culturales espirituales tomaron relevancia en el periodo de confinamiento, teniendo una creciente tendencia en las personas por mantener estados saludables durante la pandemia de COVID-19. A medida que el coronavirus se extendió por todo el mundo se formaron escenarios de estrés y ansiedad algunos gobiernos, como la India y organismos como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), reconocieron al yoga y el mindfulness por ser herramientas beneficiosas para la salud.

En Uruguay, los estudios de yoga se vieron obligados a cerrar de manera presencial a partir del 13 de marzo 2020. Dichas restricciones derivadas de la pandemia, ocasionaron afectaciones económicas que impactaron especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas al detener su funcionamiento indefinidamente, otras procuraron su supervivencia al renovar los procedimientos y adaptarlos a la situación de incertidumbre (Muñoz, 2020).

Los centros de yoga aprovecharon el uso de redes sociales, app de socialización de videos y app que permitían dar clases en línea, publicar videos, fotos e historias se hicieron muy recurrentes, se podía reunir virtualmente diferentes usuarios desde distintas partes del mundo y fomentar la práctica desde diferentes canales de YouTube como lo hizo el Centro Hanti Tai,

ubicado en Br. España 2120 esquina Pablo de María, Parque Rodó. También aplicaciones como “Stop Breathe & Think” (Cortina, 2020), ayudaron a los estudios a aumentar la oferta de sus servicios, e inclusive registrar un aumento en la demanda de las clases de yoga (Dodds, 2020).

La mencionada necesidad de mantener una salud física y mental óptima durante la pandemia, se reflejó desde los primeros meses en las tendencias de búsqueda de los consumidores por internet, quienes indagaron alternativas para desarrollar resiliencia y generaron aumento en oferta y demanda de esos servicios (Dodds, 2020) así como lo demuestra el informe “Watching The Pandemic” de YouTube, en el que se dio a conocer que el yoga fue uno de los contenidos más buscados (Trends, 2020). Similarmente, Google informó por medio de su equipo de datos que, crecieron las búsquedas de palabras clave como “posturas de yoga” (Sinclair, 2020).

Fundamentación

El proyecto trata acerca de los cambios y transformaciones que la pandemia de COVID-19 ha provocado en las prácticas de los diferentes consumos culturales espirituales, en los grupos seleccionados de la ciudad de Montevideo. Las modificaciones que estos llevaron a cabo debido al aislamiento social. Su labor como centros de esparcimiento mental y físico de la realidad circundante.

La pandemia por coronavirus (COVID-19) perturbó las actividades económicas en Uruguay y en el mundo. Después de que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud categorizó al brote del virus como pandemia debido a la dimensión de los contagios reportados, y que el gobierno uruguayo el 14 de marzo 2020 declaró emergencia sanitaria e indicó que, para contener el brote del virus en el país, era necesaria la suspensión de las actividades presenciales.

Las prácticas de consumos culturales espirituales como lo son el yoga, la meditación o mindfulness han tenido una vertiginosa expansión y masividad sin precedentes durante la última década. Actualmente le disputan el trono al psicoanálisis, tan novedoso a principios de siglo XX. Es dable considerar la apuesta por prácticas estilo Nueva Era en respuesta a búsquedas personales que solían concretarse a través del psicoanálisis como signo del debilitamiento de los determinismos más estructurales que caracterizan al capitalismo (Duer, 2018).

Estos consumos se generan a partir de la búsqueda del equilibrio o armonía espiritual-social en una sociedad entrópica, donde las crisis sanitarias, médicas, económicas y políticas, se han incrementado induciendo síntomas físicos y psicológicos severos, los cuales han sido de gran preocupación a las grandes organizaciones de masas. Un ejemplo de ello fue la intervención del secretario general de la ONU, cuando instó a los gobiernos a comprometerse seriamente en materia de salud mental, mostrando los beneficios que el yoga genera en la salud física y emocional. El gobierno de Ayush India, emitió un comunicado sobre las medidas de autocuidado durante la crisis Covid-19, entre las que se encuentran la práctica diaria del yoga, ejercicios de respiración y la meditación desde casa (Ministry of Ayush, 2020).

En relación con el aporte de la “nueva espiritualidad”, definido como la comunicación de calidad más alta, bien traspasando las barreras materiales con sutileza, bien las fronteras espirituales que desasosiegan a causa, principalmente de la tabarra del yo (Verdú, 2002) a la admisión de la realidad sociocultural que se impone, resulta pertinente analizar la resignificación de ciertos preceptos promovidos como forma de vida: la “aceptación de la realidad tal como se nos presenta”, la invitación a “ser testigos de lo que pasa en nuestra mente y en nuestro cuerpo, sin involucrarnos con lo que percibimos”, la postulación del alma como sustento ontológico que desbanca a las acciones “no soy mi cuerpo ni soy mis acciones, soy tan solo un alma eterna”, la búsqueda de un estado emocional que anule el pasado (y también el futuro), con vistas a llevar la consciencia al presente, el encuentro, pero con uno mismo.

Antecedentes

El riesgo latente de infección trajo para la población mundial, estrés, depresión, ansiedad, y despertó la necesidad de adoptar un estilo de vida más saludable, y llevó a organizaciones a reconocer el papel de los consumos culturales espirituales ante el Covid-19. A este respecto la Organización de las Naciones Unidas reconoció en el marco del Día Internacional del Yoga, el 21 de junio de 2020, que la práctica de yoga es auxiliar para el alivio del estrés ante el Covid-19 (News, 2015) adicionalmente, investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México, reportaron que el yoga y la meditación tienen efectos positivos sobre la salud, la calidad de vida e inclusive una disminución en sintomatología (Xantomila, 2020). Todos los antecedentes empleados en este texto pertenecen a un contexto latinoamericano.

También desde México las postulantes a doctoras en Ciencias Sociales, Laura María Elena Miranda Hernández y Carmen Patricia Jiménez Terrazas, publicaron el artículo de Vol. 11, número 20, enero-junio 2021 de la revista Doga, titulado *La práctica del Yoga en el COVID-*

19: *cambios y transformaciones*. Ellas exponen lo ocurrido en el sector del yoga en la Ciudad de Juárez. Vale destacar que dicha investigación fue de gran aporte para este proyecto.

Otro texto consultado, esta vez desde Buenos Aires, Argentina es el recopilado por Ana Wortman en su libro *Un mundo de sensaciones Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*, específicamente el capítulo 7, redactado por Carolina Duer, titulado, *Clases medias y consumos culturales espirituales. Cruces y convergencias entre la socialidad espiritual y la socialidad neoliberal en el marco del capitalismo tardío*. Este texto fue redactado antes de la pandemia de COVID-19 pero sus aportes fueron variados y útiles, facilitando el entendimiento de cómo el gobierno argentino (Mauricio Macri) se integra a las prácticas de consumos espirituales.

Los procesos o rasgos de las sociedades híper o post modernas, el consumo de bienes culturales espirituales, (se refiere a las actividades que nos capacitan para llevar a cabo lo que es apropiado y bueno, para nosotros y los demás) por parte de las clases medias urbanas también se ha tornado global. Pero, en tanto lo que ocurre en el plano de las identidades virtuales y las relaciones mediadas por las nuevas tecnologías se acopla a los rumbos delimitados, el acercamiento a la espiritualidad Nueva Era puede pensarse como un acto de apariencia contra hegemónica. Recurrentemente es evocado como un freno al curso “natural” del capitalismo tardío. Un refugio que contiene entre tanta soledad, incertidumbre y velocidad. Pero se trata de un refugio para la aceptación individual y no para el cambio social. Pues el equilibrio personal (así como la introspección subjetiva) es también despolitización (Duer, 2018).

Desde la Universidad EAN, de la ciudad de Bogotá, Colombia, encontramos la tesis de grado de Saire Yicel Morales Guerrero, estudiante de Mercadeo y Estrategia Comercial, titulada *Situación en medio de la pandemia de los productos y servicios relacionados con el estilo de vida Yoga y Mindfulness*, publicada en 2020. Esta fue de ayuda para la parte cuantitativa de esta investigación, proporcionando tablas, gráficos y cifras que ilustran cómo se comportó el consumo de bienes culturales espirituales durante la pandemia en el continente latinoamericano.

Preguntas de investigación

La reflexión en torno a una huida hacia lo espiritual queda establecida como otro de los posibles vehículos para profundizar en el estudio de la cultura durante la pandemia, una de las interrogantes que inicia este proyecto es **¿qué necesidades, búsquedas y oportunidades de**

las personas encuentran respuesta –a escala individual– en estos espacios, discursos y prácticas? Y ¿en qué aspectos los discursos y prácticas culturales espirituales actúan como bálsamo o compensador a la ansiedad y estrés provocado por la pandemia de COVID-19?

Hipótesis

La coyuntura de confinamiento durante la crisis sanitaria de COVID-19 ha sido un estímulo para que las personas accedan a productos y servicios relacionados con los consumos culturales espirituales como el yoga, mindfulness.

Marco teórico y metodología

“Si no conozco una cosa, la investigaré”, fue la frase expresada por Louis Pasteur que motivó a la investigadora a llevar a cabo este proyecto, partiendo de inquietudes personales y soluciones halladas a través de la lectura e indagación previa a la realización del trabajo. La empatía generada por el conocimiento de la variedad de consumos culturales espirituales y la estimulación por profundizar este tema hace de esta, una exploración a un mundo esotérico, mistral y apasionado.

Este proyecto intentará, a través de una descripción, compartir experiencias y conocimientos. Se emplea el método de la triangulación de datos, mezclando la investigación cualitativa con la cuantitativa. Dentro de las técnicas aplicadas están la encuesta y entrevistas a diferentes centros de consumos culturales espirituales en la ciudad de Montevideo.

Se referenciarán distintos autores, desde distintas partes del continente latinoamericano, como son Carolina Duer, desde Argentina, Saire Guerrero desde Colombia, Elena Miranda desde México, Ana Wortman desde Argentina y algunos más

A partir de los antecedentes y fundamentación planteados es posible enunciar los objetivos generales y específicos de la siguiente forma:

Objetivo general

Explorar el impacto de la pandemia de COVID-19 en los Consumos Culturales Espirituales de la ciudad de Montevideo, Uruguay.

Objetivos específicos

- Analizar el aumento de consumos culturales espirituales en Internet de usuarios de centros de yoga de Montevideo a partir de la implementación de la cuarentena obligatoria.
- Apreciar la relación existente entre prácticas de consumos culturales espirituales en espacios presenciales y en espacios virtuales desde la perspectiva del usuario.
- Indagar en los cambios que generó el aislamiento social en los estilos de vidas de instructores y practicantes.

Orden metodológico



Actividades

A fin de diseñar y desarrollar el estudio propuesto y responder las interrogantes del proyecto se propone elaborar un centro de datos que procure mantener el orden y coherencia a lo largo del proceso, utilizando siempre que sea necesario la triangulación de datos.

Con el fin de recolectar información relevante a partir de varias personas, se realizó un estudio piloto con una encuesta a algunos centros culturales espirituales de la ciudad de Montevideo. Se recolectaron respuestas de Manía, Sukhabijayoga, Centro Shanti Tai, y Garabato Studio, que conforman la población de estudio y análisis estadístico. Se recolectó información por medio de 4 preguntas fundamentales, de temas como ingresos y variación de practicantes durante la pandemia, preferencias, gustos, estilos de vida, características individuales, y datos relevantes para hacer un estudio que brinde la oportunidad de explorar los cambios y transformaciones con la mayor veracidad posible.

A partir de la base de datos recopilada y explicada con anterioridad, se procedió a delimitar algunos aspectos esenciales con el fin de acotar la encuesta con respecto a nuestras necesidades. El primer factor que se tuvo en cuenta fue el lugar de residencia de las personas encuestadas, el cual lo definimos únicamente como Montevideo y sus alrededores. Esto convierte a nuestra muestra en un total de 83 personas que cumplen con esta característica como parámetro esencial. Por lo demás, no consideramos importante discriminar a partir de otros factores, puesto que nuestro público objetivo es amplio y no es de un solo tipo.

Pasos de desarrollo del proyecto

I	Conceptual	Redacción base del proyecto de investigación.
II	Metodología	Estudio e investigación de material bibliográfico. Valoración de inclusión de fuentes secundarias. Encuesta.
III	Laboratorio	Transcripción de entrevistas. Análisis de encuestas. Interpretación de datos.
IV	Cierre	Redacción del proyecto final.

V	Captación de recursos	Búsqueda de recursos financieros para la investigación. Conformación de equipo de trabajo.
VI	Difusión	Comunicación de resultados, acciones de mediación con públicos afines. Edición y publicación.

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
	MES 1-2	MES 3-4	MES 5-6	MES 7-8	MES 9-10	MES 11-12	MES 13-14	MES 15-16	MES 17-18	MES 19-20	MES 21-22	MES 23-24
FASE 1 - DISEÑO Y PREPRODUCCIÓN DEL PROYECTO												
CAPTACIÓN DE FONDOS												
SELECCIÓN DE EQUIPO												
ESTUDIO E IDENTIFICACIÓN DE MATERIALES BIBLIOGRÁFICOS												
ENCUESTA Y ANÁLISIS DE DATOS												
REDACCIÓN FINAL												
CONFECCION DEL POSTER ACADÉMICO												
FASE 2 - ETAPA FINAL												
PUBLICACIÓN												
VIAJE A URUGUAY												
VISITA A LOS CENTROS ENCUESTADOS												
EVALUACION OBJETIVOS LOGRADOS												

Resultados esperados

En respuesta a la situación de crisis que vivieron los negocios no esenciales en Montevideo, la encuesta realizada indica que las prácticas de consumos espirituales incrementaron, ejemplo las prácticas de yoga, este incremento en el interés de la población fue aprovechado por sectores distintos al yoga, como el sector inmobiliario que comenzó a incluir artículos de yoga durante el confinamiento en sus redes sociales y páginas oficiales (RUBA, 2020).

Es difícil conocer el alcance que la pandemia tendrá sobre la economía a largo plazo. Sin embargo, tras más varios meses del cierre de actividades no esenciales en Montevideo, ya es posible observar las consecuencias económicas para las empresas de yoga que se vieron obligadas a detener su funcionamiento por ser catalogadas como no esenciales a pesar de los beneficios para la salud física y mental que genera en la población. El futuro de estos negocios se vislumbra incierto, algunos especialistas manifiestan que la tecnología ofrece muy buenas alternativas debido a que se realizaron mayores búsquedas de la palabra yoga en internet y se incrementó el uso de aplicaciones especializadas en yoga.

Ejemplo de lo anterior, fueron las plataformas de comunicación en línea y las redes sociales que ayudaron mantener la oferta de los servicios de las empresas de yoga, algunas invirtieron en equipo de video y en mercadotecnia en línea, otras innovaron sus espacios físicos al construir estructuras para mantener el distanciamiento social durante las clases, utilizaron espacios al aire libre o se movieron a la modalidad de clases reducidas a domicilio.

Tras la encuesta realizada a instructores de yoga en Montevideo, se observó el uso de las plataformas de comunicación en línea, los espacios abiertos y las clases privadas fueron las medidas más utilizadas por dichos instructores para continuar la oferta de clases de yoga. Tras la implementación de las mencionadas estrategias por parte de los negocios de yoga, fue necesario considerar la posibilidad de mantener su funcionamiento en línea una vez terminada la etapa de confinamiento, gracias a que los consumidores de servicios de yoga ya no se limitaron a buscar servicios en su zona geográfica, la tecnología puede ayudar a conseguir clientes en otras zonas geográficas. De manera similar, el auge de las apps de yoga en la actualidad, podría representar otro segmento a explotar por parte de los desarrolladores de las aplicaciones e incluso valdría la pena valorar si sería redituable para las empresas de yoga, invertir en este tipo de producto.

Por otro lado, todavía es incierto el panorama para la salud física y mental de la población post COVID-19, además de que se prevé que se viva una situación de estrés postraumático tras la pandemia, por lo que por el momento los profesionales de salud siguen en la lucha por contener la enfermedad y aminorar los síntomas en sus pacientes.

Bibliografía

- Barca, K. (3 de abril de 2020). *Business Insider*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de [www.businessinsider.es: https://www.businessinsider.es/demanda-gadgets-aplicaciones-salud-dispara-cuarentena-614229](https://www.businessinsider.es/demanda-gadgets-aplicaciones-salud-dispara-cuarentena-614229)
- Benveniste, A. (1 de abril de 2020). *CNN Business*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de [edition.cnn.com: https://edition.cnn.com/2020/04/01/business/fitness-studios-coronavirus/index.html](https://edition.cnn.com/2020/04/01/business/fitness-studios-coronavirus/index.html)
- Brooks, S. W. (2020). The psychological impact of . *The Lancet*, 365.
- Clifford, C. (2020). *La Vanguardia*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de www.lavanguardia.com.
- Cortina, F. (5 de abril de 2020). *www.forbes.com.mx*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de Top 8. Las mejores aplicaciones para aprender a meditar.: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/top-8-las-mejores-aplicaciones-para-aprender-a-meditar/>
- Dodds, F. (28 de julio de 2020). *What is up with open yoga studios in COVID-19*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de [www.entrepreneur.com: https://www.entrepreneur.com/article/353790](https://www.entrepreneur.com/article/353790)
- Duer, C. (2018). Un mundo de sensaciones. En A. Wortman, *Un mundo de sensaciones* (pág. 216). Buenos Aires: CLACSO.
- El Universal. (21 de junio de 2020). *www.eluniversal.com.mx*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de El Universal: <https://www.eluniversal.com.mx/mundo/fotos-dia-internacional-del-yoga-en-medio-del-covid-19-en-india>
- Forbes. (26 de agosto de 2020). *www.forbes.com.mx*. Recuperado el 13 de noviembre de 2021, de Campañas empáticas: <https://www.forbes.com.mx/companias-empaticas-lo-que-si-sirve-del-covid-19/>
- Guerrero, S. Y. (2020). *Situación en medio de la pandemia de los productos y servicios relacionados*. Bogotá: Universidad EAN.
- Harrouk, C. (26 de junio de 2020). *www.archdaily.mx*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de Archdaily: <https://www.archdaily.mx/mx/942481/cupulas-transparentes-individuales-para-practicar-yoga-invaden-los-espacios-al-aire-libre-de-toronto>
- Hollinger, F. (2004). Does The Counter Cultural Character of New Age Persist? *Journal Of Contemporary Religion*, 289-309.
- Merchilinky, C. (4 de abril de 2020). *The Economist*. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de [www.economist.com: https://www.economist.com/international/2020/04/04/with-millions-stuck-at-home-the-online-wellness-industry-is-booming](https://www.economist.com/international/2020/04/04/with-millions-stuck-at-home-the-online-wellness-industry-is-booming)

- Ministry of Ayush, G. o. (20 de marzo de 2020). *Ayush Green*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de ayush.gov.in: <https://main.ayush.gov.in/event/ayurveda-immunity-boosting-measures-self-care-during-covid-19-crisis>
- Muñoz, C. G. (2020). Las empresas ante el COVID-19. *Revista de Investigación en Gestión Industrial, Ambiental, Seguridad y Salud en el Trabajo*, 85-101.
- Natal, D. (30 de septiembre de 2020). LLYC. Recuperado el 15 de diciembre de 2021, de ideas.llorenteycuenca.com: <https://ideas.llorenteycuenca.com/2020/09/la-revolucion-del-bienestar-del-wellness-al-wellbeing/>
- News, U. (21 de junio de 2015). *United Nations*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de <https://news.un.org/en/story/2015/06/502232-celebrating-first-international-day-un-says-yoga-can-boost-public-health-and>
- RUBA. (22 de julio de 2020). *RUBA*. Recuperado el 14 de mayo de 2022, de RUBA: <https://rubacom.mx/el-wellness-a-partir-del-confinamiento/>
- Sinclair, L. (abril de 2020). *Think with Google*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de [www.thinkwithgoogle.com: https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/busqueda/datos-de-busqueda-de-los-consumidores-en-momentos-de-incertidumbre-abril-2020/](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/busqueda/datos-de-busqueda-de-los-consumidores-en-momentos-de-incertidumbre-abril-2020/)
- Tillu, G. C. (2020). Public health approach of Ayurveda and Yoga for COVID-19 prophylaxis. *The Journal of Alternative and Complementary Medicine*, 360-364.
- Trends, Y. C. (2020). *Watching the pandemic*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de YouTube: <https://www.youtube.com/trends/articles/covid-impact/>
- Verdú, V. (8 de diciembre de 2002). *El País*. Recuperado el 21 de mayo de 2022, de El País: https://elpais.com/diario/2002/12/08/domingo/1039323156_850215.html?outputType=amp
- Xantomila, J. (18 de mayo de 2020). *www.jornada.com.mx*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de Yoga y meditación en auge, por ansiedad de COVID-19: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/sociedad/2020/05/18/yoga-y-meditacion-en-auge-por-ansiedad-de-covid-19-3379.html>