

LA PANDEMIA DE LA COVID-19 Y SU REPERCUSIÓN SOBRE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: APROXIMACIÓN AL ANÁLISIS DE CASO DEL MUNICIPIO DE SANXENXO

The COVID-19 pandemic and its impact on tourist destinations: approach to the case analysis of the municipality of Sanxenxo

CARLOS ALBERTO PATIÑO ROMARÍS

Departamento Historia, Arte e Xeografía, Universidade de Vigo

Recibido: 04/10/22
Aceptado: 28/10/22

Resumen

La actividad turística es el factor determinante del desarrollo económico-territorial en el municipio de Sanxenxo. Sanxenxo es un destino turístico litoral maduro localizado en las Rías Baixas gallegas. La crisis sociosanitaria de la COVID-19 ha tenido evidentes implicaciones en el sector turístico. El producto turístico litoral ha sido uno de los más afectados en sus resultados a corto plazo. Una crisis breve que no debe ocultar la necesidad de llevar a cabo reformas en el destino turístico. Un destino que ya mostraba algunos desajustes: falta de una estrategia actualizada que favoreciera la correcta interrelación entre la oferta de productos turísticos con las nuevas megatendencias dentro de la demanda. Sanxenxo, como otros destinos turísticos, implementaron medidas y campañas para paliar la crisis e impulsar la recuperación del sector. En este trabajo de investigación, mediante una metodología tanto de carácter cualitativo

Abstract

Tourist activity is the determining factor of economic-territorial development in the municipality of Sanxenxo. Sanxenxo is a mature coastal tourist destination located in the Galician Rías Baixas. The COVID-19 socio-sanitary crisis has had obvious implications for the tourism sector. The coastal tourism product has been one of the most affected in its short-term results. A sudden crisis that should not hide the need to carry out reforms in the tourist destination. A destination that already showed some imbalances: lack of an updated strategy that would favor the correct interrelation between the offer of tourist products with the new megatrends within the demand. Sanxenxo, like other tourist destinations, implemented measures and campaigns to alleviate the crisis and promote the recovery of the sector. In this research work, using both a qualitative and quantitative methodology, we will address the analysis of the main actions

como cuantitativo, abordaremos el análisis de las principales actuaciones acometidas desde la gestión turística autonómica y municipal para poder hacer frente a las consecuencias de la Covid-19. También propondremos líneas de actuación de carácter proactivo que se podrían implementar a medio y largo plazo para hacer frente a los impactos negativos más duraderos en el sector turístico generados por la pandemia. En esta dirección, proponemos actuaciones territoriales, desde el paradigma de la sostenibilidad y la óptica de la gobernanza.

Palabras clave: turismo litoral, destino maduro, overtourism, COVID-19, gestión turística, estrategia territorial, sostenibilidad, gobernanza.

undertaken by regional and municipal tourism management in order to deal with the consequences of Covid-19. We will also propose proactive lines of action that could be implemented in the medium and long term to deal with the more lasting negative impacts on the tourism sector generated by the pandemic. In this direction, we propose territorial actions, from the paradigm of sustainability and the perspective of governance.

Key words: coastal tourism, mature destination, overtourism, COVID-19, tourism management, territorial strategy, sustainability, governance.

1. Introducción

El turismo a nivel internacional alcanzó los 1.500 millones de turistas en 2019 (OMT, 2020). En ese mismo año, según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), representaba el 10,3% del PIB mundial y generaba 1 de cada 10 empleos en el mundo. En España, según su Cuenta Satélite (2019), sería el 12,3% del PIB y 12,7% de los empleos totales para el año 2018. El PIB Turístico de Galicia en el año 2017 se situó en el 10,4%¹. La contribución del turismo en Galicia también es evidente en términos de empleo: 123.772 personas empleadas en el sector en 2019 (11% del empleo total), según datos del Área de Estudios e Investigación de Turismo de Galicia. En cuanto a la demanda, en el año 2019, 5,1 millones de personas visitaron Galicia con casi 11 millones de pernoctaciones registradas en los establecimientos. Cifras que se esperaba que fueran superadas con holgura con la celebración del Xacobeo 2021. Por otra parte, el turismo en Sanxenxo generaba en el año 2019 más del 85% del PIB local y más del 70% del empleo directo (Fernández Pena, 2022).

En este contexto, se produce la irrupción de la crisis sanitaria debida a la Covid-19. Una pandemia de carácter global que ha supuesto la imposición por parte de los gobiernos estatales de disposiciones sin precedentes para contener el virus como las restricciones a los viajes, operaciones comerciales y a las interacciones entre las personas. Actuaciones que han tenido un efecto inmediato sobre el turismo global. La aviación internacional se paralizó prácticamente desde el 8 de marzo hasta inicios de junio de 2020. Una situación sin precedentes. El sistema turístico global pasó del overtourism al no tourism, diariamente ilustrado por blogs y artículos de jornales que representan destinos turísticos “antes” y “después” en base a fotografías (Gössling et al., 2020).

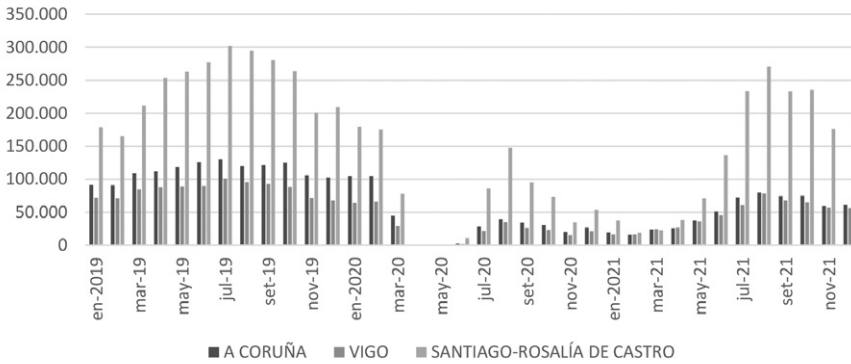
La Asociación de Viajes Aéreas Internacionales (IATA) ve poco probable que las aerolíneas vuelvan a los niveles de tráfico anteriores a la crisis antes de avanzado el 2021. De hecho, en el primer trimestre de 2020, los datos proporcionados por Flight Radar y Eurocontrol, señalan una caída abismal de la movilidad aérea en todos los ámbitos.² A nivel mundial el descenso alcanza un 60%. A nivel europeo un 88% y en España un 95%. Según Flightstats, en el aeropuerto Adolfo Suárez (Madrid) se cancelaron más de 3.600 vuelos durante el mes de marzo de 2020, y

1 EXCELTUR (2019). Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de Galicia. Impactur 2017. Exceltur y Agencia de Turismo de Galicia (Xunta de Galicia). Disponible en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/01/IMPACTUR-Galicia-2017.pdf>

2 Véase: <https://www.iata.org/contentassets/f2ad0b24051e4e06924123f5aabe2f5b/2020-04-14-01-sp.pdf>

2.200 en el del Prat (Barcelona). En el caso de los aeropuertos gallegos asistimos a una paralización del tráfico aéreo durante el período del estado de alarma y una lenta recuperación en los meses siguientes. En el año 2021, año Xacobeo, no se recuperaron todavía los niveles prepandemia (Figura 1). Riley (2020) estimaba unas pérdidas en las aerolíneas de 113 mil millones de dólares en ventas, 15 veces mayores que las registradas en 2002-2003.

Figura 1. Evolución mensual del tráfico aéreo de pasajeros en los aeropuertos de A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo. Período 2019- 2021. Número de pasajeros.



Fuente: Elaboración propia. Datos AENA.

En esta dirección, el sector turístico en España cerró 2020 con un desplome en su actividad sin precedentes. El PIB turístico en el país se redujo en casi un 65% con respecto al registrado en 2019 por las consecuencias de la pandemia de COVID-19 (INE). En 2021 los coletazos del coronavirus seguían siendo evidentes y el PIB turístico volvió a retroceder (-42,8%). La aportación del sector turístico pasó de representar el 12,4% del PIB en 2019 a un 7,4% en 2021. En 2020, la media anual de afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico en España descendió por primera vez en ocho años y se situó en cifras de 2016. La pandemia de COVID-19 provocó una caída interanual de más de 250.000 afiliados. Una cifra que habría sido mayor de no ser por los ERTE. De hecho, hasta el mes de mayo de 2020, el 31% de todos los ERTES presentados en Galicia pertenecen al sector turístico³. Respecto a sus efectos sobre la demanda en España, sólo en el mes de abril de 2020

3 XUNTA DE GALICIA (2020). Plan de reactivación dos sectores cultural y turístico frente Para efectos derivados de la COVID-19. Disponible en: <https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivacion-cultural-turistica.pdf>

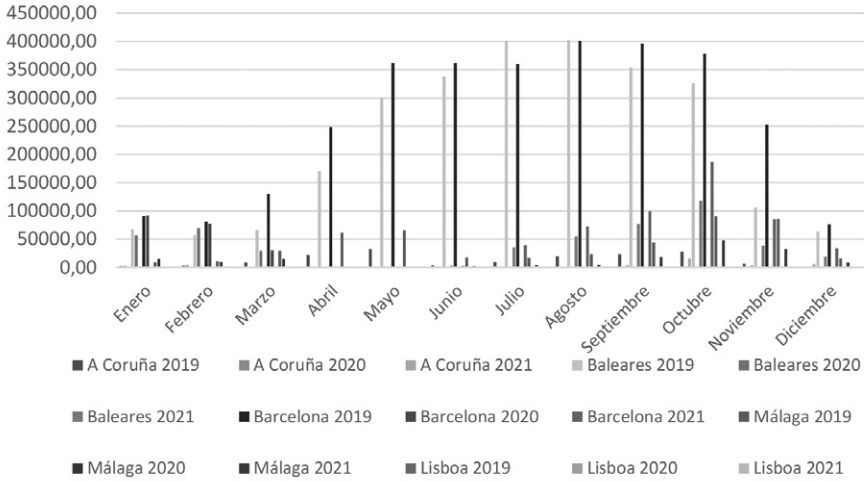
se perdieron más de 7 millones de turistas internacionales y un gasto asociado de 7.000 millones de euros⁴. Por su parte, Galicia logró contener mejor en 2020 la caída de la demanda. En términos globales, Galicia cerró 2020 con un total de 4,7 millones de noches y casi 2 millones de viajeros. El descenso en el volumen de viajeros en Galicia fue del 61% mientras que la media estatal cayó un 66%. Unos viajeros que, a consecuencia de las restricciones de movilidad, fueron en un 90% de origen nacional. En este contexto, Madrid era la principal comunidad de origen del viajero no gallego. Portugal, por su parte, se mantuvo cómo el principal país emisor del turismo extranjero, que cayó un 80% (IGE, Xunta de Galicia). En el año 2021 visitaron Galicia un total de 9,1 millones de turistas, dando lugar a más de 42,67 millones de noches en el conjunto de la comunidad. Un volumen de turistas que supera en un 54% el dato del pasado año 2020, pero queda aún por debajo de los niveles anteriores a la crisis de la COVID-19. En este sentido el grado de recuperación de la demanda se sitúa cerca del 80%, en relación a los niveles registrados en 2019, cuando nuestra comunidad había registrado máximos de la serie histórica con más de 11,6 millones de turistas y cerca de 54,3 millones de noches⁵.

El impacto de la crisis ha afectado a todo el sistema turístico. Ahora bien, las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 fueron más significativas en determinados productos turísticos. El turismo de cruceros es uno de los productos turísticos que más tarde saldrán de la crisis provocada por la pandemia. Según un informe de marzo de 2020 de la agencia Bloomberg, las tres mayores operadoras de cruceros perdieron en menos de dos meses más de la mitad de su valor de mercado, lo que equivale a más de 42.000 millones de dólares. En el caso de los puertos de cruceros, el temor a la COVID-19 ha ocasionado un bajón en el número de cruceristas, lo que ocasionó pérdidas económicas difíciles de evaluar. Los puertos gallegos, según datos de Puertos del Estado, manifestaron una paralización total del tráfico de cruceros en el año 2020. La Figura 2 pone de manifiesto la paralización total del tráfico de cruceros en los puertos de A Coruña, Baleares, Barcelona, Málaga y Lisboa a partir del mes de abril del año 2020. Marzo en el caso de A Coruña. Barcelona registró una cifra residual en abril 2020 (295 pasajeros). En el año 2021 todavía no se habían logrado las cifras de cruceristas registradas durante los meses del 2019.

4 Datos de FRONTUR Correspondiente a abril de 2020, INE. Gobierno de España (2020). "Plan de impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible". Disponible en: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf

5 AEITG (2022): "Balance do turismo en Galicia. Ano 2021". AEITG (Área de Estudos e Investigación), Turismo de Galicia. Disponible en: https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/7/5/4/7/3_8588a8aae17a1f4/75473_333ce344b1e9759.pdf

Figura 2. Crisis del COVID-19: Evolución del flujo estacional de pasajeros de cruceros en los puertos A Coruña, Baleares, Barcelona, Málaga y Lisboa (1). Período 2019-2021.



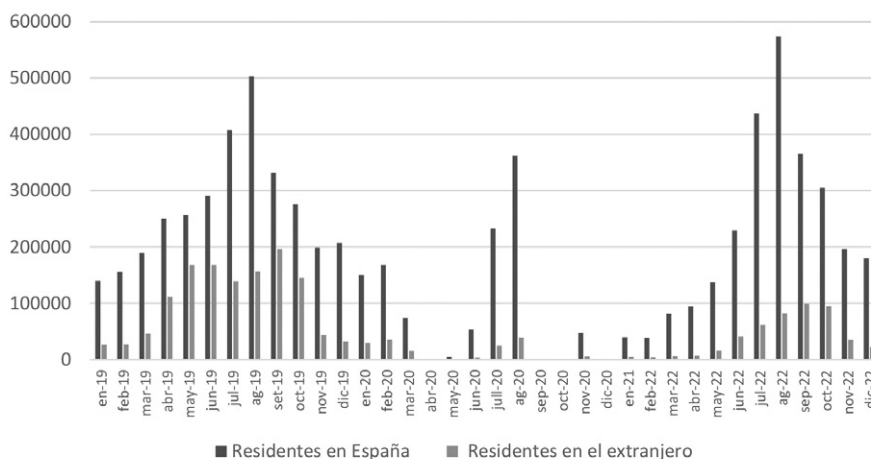
Fuente: Elaboración propia. Puertos del Estado, Ministerio de Fomento, Gobierno de España. Puerto de Lisboa: <http://www.portodelisboa.pt>. (1) No hay datos oficiales entre abril-diciembre de 2021.

La recuperación de la demanda nacional ha sido más rápida que la internacional. En ambos casos, la contracción de la demanda no tiene precedentes en Galicia (Figura 3). A corto plazo, los destinos que se han dirigido mayoritariamente a un turista internacional han tratado de captar la atención del turista nacional. Ahora bien, aquellos destinos habituales para el turista nacional se recuperarán más rápidamente, al estar mejor posicionados en la mente del consumidor (Barlés Arizón, 2020). En el caso de Sanxenxo, los viajeros de turismo nacional y extranjero llegados en la temporada estival del año 2021 representaban el 94,25% (Figura 4) y 65,82% (Figura 5) respectivamente de las cifras del año 2019. Por tanto, podemos afirmar que prácticamente la demanda nacional ha recuperado las cifras prepandemia. Ahora bien, somos de la opinión de que el modelo de turismo de sol y playa imperante en Sanxenxo requerirá un cambio radical, dejando de lado la masificación y optando por la seguridad sanitaria y modelos más sostenibles de gestión.

En 2022 cabe suponer que mejorarán las condiciones de las empresas y los destinos turísticos, y la situación socioeconómica será el factor determinante en la decisión de viajar. En esta dirección, apuntan las previsiones efectuadas por Deloitte en el informe “COVID-19: impacto y escenarios de recuperación en consumo y distribución”. En dicho informe se destaca que el año 2021 traerá una recuperación en el consumo, aunque el porcentaje de gasto dedicado a viajar permanecerá por

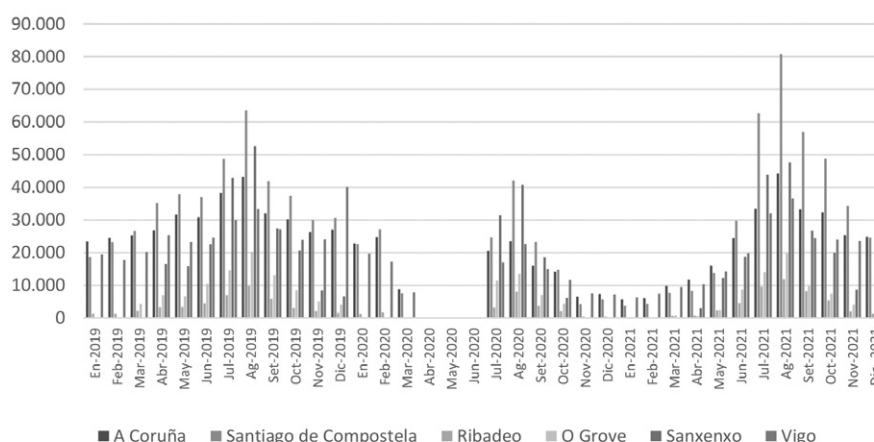
debajo de los niveles pre-crisis: un 12% menos en el caso de viajes y hoteles y un 5% en el caso de la restauración.

Figura 3. Evolución mensual de viajeros en establecimientos hosteleros en Galicia. Período 2019-2021. Número de viajeros.



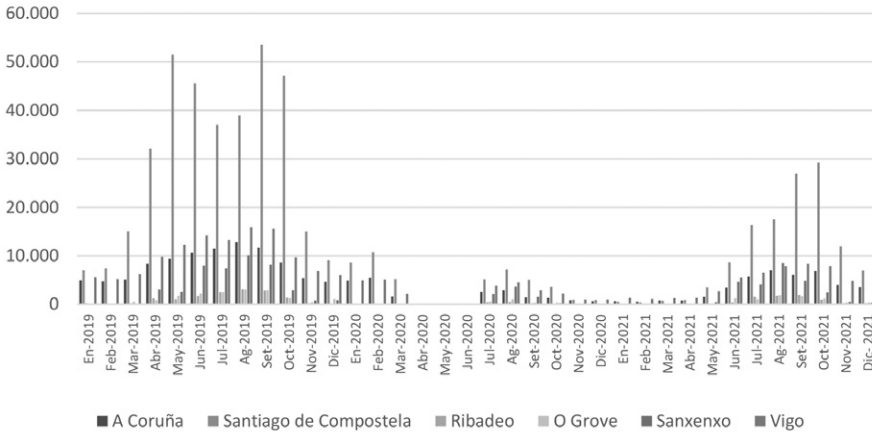
Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de ocupación hostelera), INE.

Figura 4. Evolución mensual de viajeros en establecimientos hosteleros en A Coruña, Santiago de Compostela, Ribadeo, O Grove, Sanxenxo y Vigo. Período 2019.-2021 Número viajeros: Residentes en España.



Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de Ocupación Hostelera), INE.

Figura 5. Evolución mensual de viajeros en establecimientos hosteleros en A Coruña, Santiago de Compostela, Ribadeo, O Grove, Sanxenxo y Vigo. Período 2019.-2021 Número viajeros: Residentes en el extranjero.



Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de Ocupación Hostelera), INE.

En definitiva, el sector turístico se ha visto gravemente afectado por la pandemia de la COVID-19. Los gobiernos de los países del mundo también adoptaron medidas inmediatas de apoyo y de recuperación al sector del turismo. Entre ellas figuran las consideraciones sobre el levantamiento de las restricciones a viajar, el restablecimiento de la confianza de los viajeros y la reconsideración del sector turístico para el futuro. Las restricciones a viajar se levantaron gradualmente. Los protocolos de salud establecidos implicaron que las empresas operarán a una capacidad limitada bajo nuevos procedimientos operativos en ausencia de una vacuna. La recuperación por el lado de la demanda llevará algún tiempo, dadas las consecuencias interrelacionadas de la crisis económica y sanitaria, y el levantamiento progresivo de las restricciones a viajar, mientras que la confianza de los consumidores y el comportamiento en materia de viajes se han visto más profundamente afectados. En esta dirección, debemos analizar posibles cambios a largo plazo en el comportamiento de la demanda como resultado de la crisis de la COVID-19. Se espera que la crisis tenga un impacto permanente en el comportamiento de los consumidores, acelerando el uso del on-line, una mayor énfasis en la higiene y en la vida saludable, y un mayor uso de métodos de pago sin efectivo y sin contacto.

Los impactos de la COVID-19 en el turismo a medio y largo plazo variarán en intensidad entre los destinos y productos turísticos ofertados en España y en Galicia. Las medidas de respuesta adoptadas por las administraciones se han cen-

trado básicamente en cuestiones de salud pública, aunque también han adoptado acciones encaminadas a mitigar el impacto económico del coronavirus en las empresas y los trabajadores. La mayoría de ellas adoptaron la forma de paquetes de estímulo para toda la economía. Entre las medidas se incluyen algunas inyecciones de liquidez y alivio fiscal, con el objetivo de hacer frente a los efectos inmediatos en el sector y facilitar su recuperación (OCDE, 2020).

En cualquier caso, a corto plazo el mercado nacional ha constituido la principal oportunidad de impulsar la recuperación del sector turístico. La demanda nacional del turismo en Galicia es significativa y representa, según datos del IGE para el año 2018, el 72.93% del flujo turístico total. Ahora bien, los flujos turísticos nacionales también se vieron muy afectados por las restricciones a la circulación de personas, pero se espera que se recuperen más rápidamente que los de carácter internacional. Con todo, el turismo nacional no compensó la disminución de las corrientes turísticas internacionales. De hecho, los efectos de la pandemia en el sector turístico gallego fueron asimétricos y muy localizados geográficamente, con algunos destinos más expuestos que otros. El impacto a nivel de destino estuvo vinculado sencillamente a la tipología de la oferta turística y al tamaño del mercado turístico nacional (Figura 4 y 5). De hecho, destinos como Santiago de Compostela que dependen en gran medida de los mercados internacionales fueron más vulnerables (Figura 5). En cambio, los destinos de sol y playa como Sanxenxo, en los que el turismo nacional representa una parte importante de la demanda turística, se recuperaron más rápidamente (Figura 4). Por tanto, podemos sostener que el impacto económico a nivel de destino dependió de una serie de factores. Entre ellos, la tipología de la oferta turística; el efecto de las restricciones a viajar en los flujos de visitantes; la velocidad con la que la economía se recuperó en los principales mercados de origen; el tamaño del mercado turístico nacional y la exposición a los mercados de origen internacionales.

2. Sanxenxo destino turístico litoral maduro

Las primeras manifestaciones contemporáneas del turismo en Galicia tuvieron lugar en las décadas centrales del siglo XIX (Vallejo Pousada, 2017). En Galicia podemos constatar un desarrollo de actividades relacionadas con el consumo de servicios turísticos en distintos núcleos del litoral a partir de la segunda mitad del siglo XIX. El consumo de este tipo de ocio estaba vinculado a élites políticas, económicas y culturales. De hecho, la primera etapa de desarrollo turístico en el litoral gallego está personalizado por el balneario de A Toxa (O Grove), asociado a un complejo hotelero de lujo y una demanda de poder adquisitivo alto

(Patiño Romarís, 2002). A nivel urbano destacaron especialmente las ciudades portuarias de Vigo y A Coruña. Una de las primeras guías de A Coruña, publicada en 1911 y titulada: “Guía práctica para el viajero de la Sociedad de Hoteleros, Fondistas y similares legalmente constituida en La Coruña” destacaba, bajo el epígrafe “Playas y balnearios”, el especial atractivo de la hermosa playa de Riazor, uno de los más admirables sitios de la población y uno de los paseos más concurridos durante los días de verano” (Lindoso-Tato; E. y Vilar-Rodríguez, 2018: 216). También tenemos constancia de que en Vigo, “(...) en el verano de 1856, durante la temporada de baños algunos particulares alquilaban habitaciones (...) y que en el extrarradio de la ciudad se alquilaban casas de campo (...)” (Vallejo Pousada, 2017: 3354). Esta oferta particular de viviendas es característico en el litoral gallego entre mediados del siglo XIX y la Guerra Civil española. Un mercado informal de alojamiento que ha sido decisivo en el proceso de turistificación de algunos espacios de Galicia (Vallejo Pousada, 2017: 3354). El proyecto de residencia veraniega inconcluso para el rey Alfonso XIII en la isla de Cortegada, puesto en marcha en 1902, es otro hito remarcable. La Guía del Patronato Nacional de Turismo de 1929 revela la aparición de una oferta hotelera formal en localidades como Baiona y Sanxenxo, empiezan a ser calificadas como “villas estivales” (Vallejo Pousada, 2017: 3361).

A partir de mediados del siglo XX se produce una democratización o popularización del fenómeno turístico. Un proceso que significó la urbanización de tipo turístico de determinados sectores del litoral gallego con un evidente deterioro medioambiental: margen norte de la Ría de Pontevedra (Patiño Romarís, 2001), los municipios de Baiona (Santos Iglesias, 2002) y Nigrán en la órbita urbana de Vigo, Oleiros y Sada en la zona de influencia de la ciudad de A Coruña (Penas Murias, 1987). El litoral gallego salió casi intacto de la fiebre inmobiliaria de los años 80 y 90 que asoló otras zonas del litoral español debido básicamente a su enclavamiento territorial. Esta situación de pseudo-aislamiento se mantuvo hasta la total finalización en el año 2002 de las autovías de conexión de la Meseta con las Rías Altas y Rías Baixas (Patiño Romarís, 2016).

En los años 1970 Sanxenxo era un destino de turismo familiar. En la actualidad, Sanxenxo es el principal destino turístico litoral gallego. La actividad, según datos de Turismo de Sanxenxo (2020), genera más del 85% del PIB local y más del 70% del empleo directo local. El principal producto turístico de Sanxenxo es el “sol y playa” (Patiño Romarís, 2016). Un producto que se ha ido deteriorando como consecuencia de la proliferación de las construcciones en su franja litoral. El proceso de funcionalización turística del espacio en Sanxenxo ha afectado especialmente en aquellos sectores próximos a las playas (Silgar, Canelas, Paxariñas, etc). El proceso de producción de espacios turísticos se traduce, actualmente, en

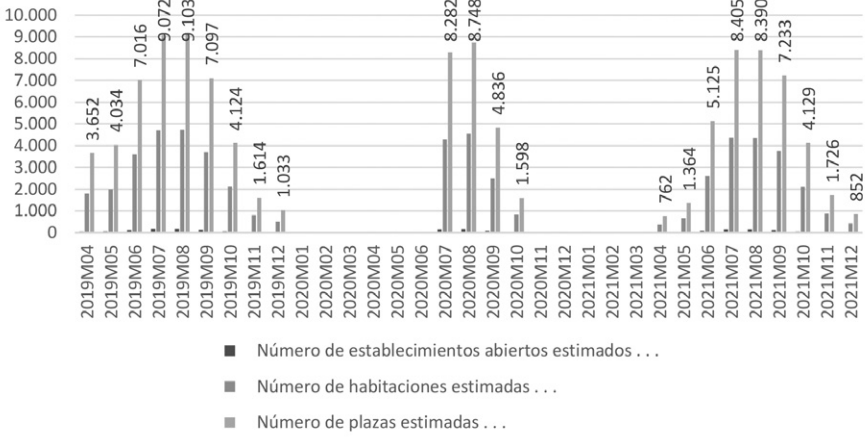
una primera línea de mar altamente urbanizada y excesivamente densificada en determinados tramos, generando contrastes de índole paisajística y económica entre el espacio litoral y el interior. Un desarrollo turístico residencial resultado de la ausencia de políticas de gestión integrada del litoral. De hecho, nos encontramos con un desarrollo resultado del incumplimiento sistemático de la disciplina urbanística (Patiño Romarís, 2020).

Actualmente, Sanxenxo, según los datos de la Agencia de Turismo de Galicia, en el año 2019 era el destino gallego con más plazas en alojamientos turísticos reglados⁶ (23.641 plazas, 13,09% de Galicia), superando a un destino turístico como Santiago de Compostela (14.007 plazas). Desde una perspectiva dinámica, la oferta de plazas hoteleras en Sanxenxo experimentó una destacada progresión en el período 2003-2019 (Δ 335,45%). También cabe señalar que posee el mayor número de plazas en hoteles (7.906 plazas). Ahora bien, a nivel agregado la oferta supera a la demanda, dado que con relación a las entradas de visitantes y las pernoctaciones existe una infrautilización de la oferta en términos relativos. Un hecho patente al analizar la evolución mensual del volumen de oferta abierta (Figura 6) y las tasas de ocupación en los alojamientos hoteleros (Figura 7). Una gran parte de la oferta de alojamiento hotelero sólo opera en el periodo estival. De hecho, según datos de la EOH (Encuesta de ocupación hotelera, INE), la oferta del mes de diciembre de 2021 operativa (852 plazas) representaba sólo un 10,15% de la correspondiente a agosto de 2021 (8.390 plazas). Una estacionalidad que va ligada a la existencia de pequeños establecimientos de categorías de una y dos estrellas que se incorporan al mercado exclusivamente en temporada alta. Una primera lectura de estos datos permitiría afirmar que en términos relativos en Sanxenxo existe una relativa sobreoferta en gran parte del año.

Los efectos de la pandemia de la COVID-19 en el sector hotelero son evidentes en la reducción de la oferta. El volumen de plazas estimadas ha pasado de ser 9.103 plazas en agosto de 2019 a 8.045 en julio de 2021, un 7,67% menor. La caída de la demanda fue también importante. El grado de ocupación por plaza en el mes de agosto ha pasado de ser un 82,90% en agosto de 2019, a un 52,25% en agosto de 2020, 30,65 puntos menos. Ahora bien, el grado de ocupación mejoró en agosto de 2021, donde alcanzó el 81,47%. Los efectos de la pandemia también se reflejan en la pérdida de mano de obra en los establecimientos hoteleros (Figura 8).

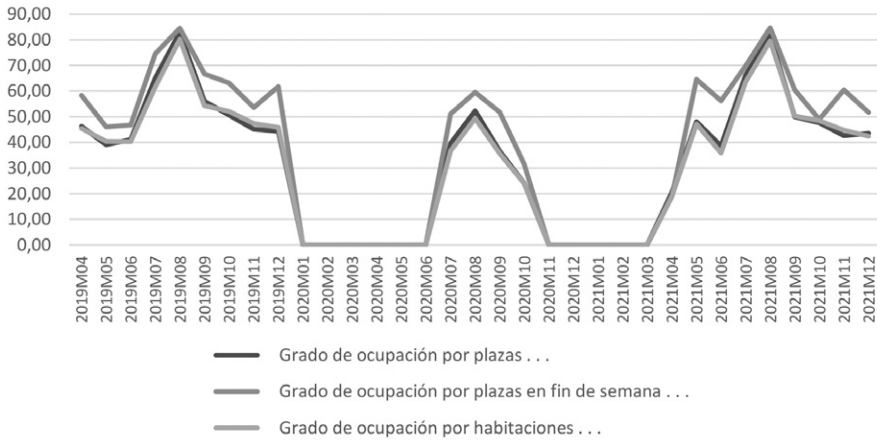
6 Incluye hoteles, pensiones, albergues turísticos, turismo rural, campamentos de turismo, apartamentos turísticos, viviendas turísticas y viviendas de uso turístico (VUT).

Figura 6. Evolución mensual de la oferta abierta de establecimientos, habitaciones y plazas en el sector hostelero en Sanxenxo. Período 2019.-2021.



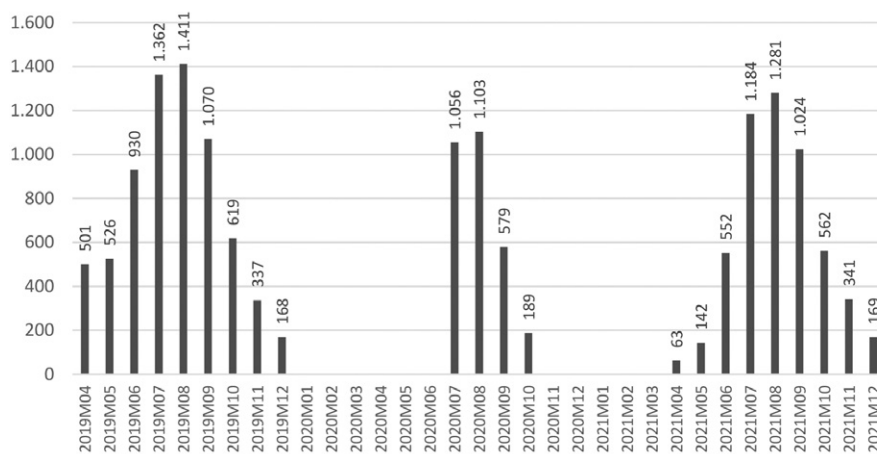
Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de Ocupación Hostelera), INE.

Figura 7. Evolución mensual del grado de ocupación por habitaciones, plazas y plazas en fin de semana en el sector hostelero en Sanxenxo. Período 2019.-2021.



Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de Ocupación Hostelera), INE.

Figura 8. Evolución mensual del personal empleado en el sector hostelero en Sanxenxo. Período 2019.-2021.



Fuente: Elaboración propia. Datos EOH (Encuesta de Ocupación Hostelera), INE.

En otro orden, atendiendo a los valores sobre residencias secundarias recogidos en el Censo de Población y Viviendas 2011 (INE), elaboramos una serie de indicadores de presión con el objetivo de dimensionar territorialmente la oferta turística residencial en el ámbito territorial de Sanxenxo. La oferta residencial de Sanxenxo responde a una marcada vocación turística residencial (44.236 plazas, 4,15% del total del litoral gallego). Una vocación que queda patente en el 0,62 de su indicador “plazas en residencias por población de hecho” (Tabla 1).

Tabla 1. Oferta turística residencial en el municipio de Sanxenxo. Año 2011.					
	A	B	C	D	E*
Sanxenxo	11.059	245,21	0,64	189,50	44.236
Ría de Pontevedra	32.865	114,63	0,20	55,14	131.460
Litoral gallego	266.312	54,28	0,17	44,28	1.065.248

Fuente: INE: Padrón municipal de habitantes (2019) y Censo de Población y Viviendas (2011). Datos superficie km² IGN (Instituto Geográfico Nacional).

* **Indicadores:** (A) Número de viviendas secundarias. Consideramos como viviendas secundarias a las incluidas en el Censo de Población y Viviendas como “no principales (secundarias+vacías)”; (B) Densidad (viviendas secundarias por Km²); (C) Residencias secundarias/Población de hecho; (D) T.F.R.= Rs X 100 / Rp; donde: TFR es la Tasa de Función Residencial; Rs es el número de viviendas secundarias; Rp es el número de viviendas principales; (E) Oferta plazas residencias secundarias. Oferta plazas en residencias secundarias= nº viviendas secundarias X 4.

Sanxenxo presenta un total de 67.887 plazas de alojamiento. Los indicadores de presión de oferta de alojamiento registran los valores de 3,91 plazas/habitante de hecho y 1.505,92 plazas/km² (Tabla 2). En definitiva, se dispone de una oferta de carácter predominantemente residencial. Ahora bien, la oferta reglada es amplia dentro del contexto gallego. Nos encontramos, en función de los datos de alojamiento, con el destino turístico de “sol y playa” por excelencia del litoral gallego.

Tabla 2. Oferta total de alojamiento turístico e indicadores de presión en el municipio de Sanxenxo. Año 2019.					
	A	B	C	D	E*
Sanxenxo	23.641	44.236	67.887	3,91	1.505,92

Fuente: INE: Padrón municipal de habitantes (2019) y Censo de Población y Viviendas (2011). Datos superficie km² IGN (Instituto Geográfico Nacional). Turismo de Galicia.

* **Indicadores:** (A) Total plazas oferta reglada; (B) Oferta plazas residencias secundarias. Oferta plazas en residencias secundarias= nº viviendas secundarias X 4.; (C) Total plazas alojamiento turístico; (D) Total plazas alojamiento turístico/población de hecho; (E) Densidad (Total plazas alojamiento turístico por Km²).

El análisis inicial de los valores de presión de la oferta de alojamiento en Sanxenxo nos habla de una fuerte funcionalización turística del espacio y de una capacidad de carga al límite en los meses de verano de mayor afluencia de demanda. Meses donde se observan procesos ligados al overtourism. No obstante, no creemos que Sanxenxo como destino turístico este abocado a su declive. Sin embargo, sí que estimamos necesarias actuaciones de carácter estratégico encaminadas a su reposicionamiento competitivo en el mercado.

3. Estrategias desarrolladas desde las Administraciones Públicas frente a la pandemia Covid-19

Las consecuencias socioeconómicas de la crisis sanitaria global de la COVID-19 requirieron de las Administraciones Públicas medidas oportunas y coordinadas. En este apartado, vamos a analizar las principales actuaciones llevadas a cabo a lo largo del año 2020 desde las diferentes AA.PP. con el objetivo de paliar los efectos negativos de la crisis originada por la pandemia de la COVID-19 con incidencia en el sector turístico de Sanxenxo.

3.1. El “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” y el “Plan de Impulso para el sector turístico”.

El *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*⁷ constituye un conjunto de actuaciones concebidas con el fin de lograr modernizar la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo. Una planificación destinada a dar continuidad al Plan de Choque y al Plan de Reactivación, puestos en marcha anteriormente por el Gobierno de España. El Plan se financiará con los 140.000 millones de euros previstos para España, dentro del fondo de recuperación europeo Next Generation EU, de los cuales alrededor de 72.000 millones se desembolsarán en forma de transferencias y el resto a través de préstamos. El Plan está estructurado en cuatro ejes de carácter transversal (transición ecológica, transformación digital, igualdad de género y cohesión social y territorial) y en diez áreas básicas de actuación. Unas áreas de actuación calificadas dentro del Plan como de políticas urgentes con alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de nuestra economía y sociedad. Estos vectores de actuación son los siguientes (Tabla 3):⁸

1. Agenda urbana y rural y lucha contra el despoblamiento.
2. Infraestructuras y ecosistemas resilientes.
3. Transición energética justa e inclusiva.
4. Administración para el siglo XXI.
5. Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España Nación Emprendedora.
6. Pacto por la ciencia y la innovación; refuerzo de la capacidad del Sistema Nacional de Salud.
7. Educación y Conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades.
8. Nueva economía de los cuidados y políticas de empleo.
9. Impulso de la industria, de la cultura y el deporte.
10. Modernización del sistema fiscal para un crecimiento sostenible e inclusivo.

A pesar de ser conscientes de la trascendencia indirecta en el sector turístico de todos los vectores de actuación expuestos dentro del Plan de recuperación, Transformación y Resiliencia, nos centramos en el quinto, por la especial significación

7 Véase: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2020/07102020_PlanRecuperacion.pdf

8 Estos diez vectores de actuación se componen a su vez de un total de treinta líneas de acción. Para cada una de estas líneas de acción se fijan metas y filtros intermedios; los resultados esperados y el número de beneficiarios, así como el costo estimado.

de su enfoque: Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora. En este punto, el Plan afirma que “(...) el turismo es un sector que juega un papel crucial en nuestra economía. (...), genera importantes efectos tractoros sobre otros sectores, por lo que su efecto total sobre la actividad económica y el empleo es aún mayor. El turismo sostenible, además, debe servir para impulsar la transición ecológica y servir de tractor para potenciar la economía local de manera sostenible”. Y expone como línea de acción un “Plan de modernización y competitividad del sector turístico, a fin de fomentar la resiliencia, sostenibilidad, la diversificación y el valor añadido de este sector tractor de la economía en el conjunto del territorio nacional, con especial atención a Baleares y Canarias y al turismo en zonas despobladas”.

Tabla 3. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Distribución de fondos por áreas de actuación. Período 2021-2023.

AREA DE ACTUACIÓN*		%
1	Agenda Urbana y Rural, lucha contra el despoblamiento y desarrollo de la agricultura	16,0
2	Infraestructuras e ecosistemas resilientes	12,2
3	Transición Energética Justa e Inclusiva	8,9
4	Una Administración para el Siglo XXI	5,0
5	Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del Turismo e impulso a una España nación emprendedora	17,1
6	Pacto por la Ciencia y la Innovación. Refuerzo a las capacidades del Sistema Nacional de Salud (SNS)	16,5
7	Educación y Conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades	17,6
8	Nueva economía de los cuidados y políticas de empleo	5,7
9	Impulso de la Industria de la Cultura y el Deporte	1,1
10	Modernización del sistema fiscal para un crecimiento inclusivo y sostenible	-
TOTAL		100

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Presidencia de Gobierno, Gobierno de España (2020)⁹.

* Estos porcentajes incluyen los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia y los de REACTEU.

9 Véase: <https://planderecuperacion.gob.es/>

“El Plan de Impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible posible post-COVID-19”, presentado el 18 de julio 2020, pretende posibilitar la recuperación del sector turístico ante los efectos de la pandemia de la COVID-19. Una planificación que pretende realizar una apuesta decidida en el sector turístico como un elemento estratégico del modelo productivo español. El programa está dotado de unas medidas que se integran en la estrategia europea de recuperación. Circunstancia que posibilita su refuerzo con las acciones y con los instrumentos financieros que se desarrollen a nivel de la UE. El Plan está dotado con 4.262 millones de euros y consta de cinco líneas de actuación que se articulan en 28 medidas. Esta dotación económica se distribuye de la siguiente manera entre las distintas líneas (Tabla 4)¹⁰:

Tabla 4. Recuperar la confianza en el destino: un destino 360º seguro.	
Recuperar a confianza no destino: por un destino 360º seguro	200.000 €
Medidas para la reactivación del sector	3.362.353.840 €
Mejora de la competitividad del destino turístico	859.000.000 €
Mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística	3.100.000 €
Marketing e promoción	38.100.000 €
TOTAL	4.262.753.840 €

Fuente: “Plan de Impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible pos-COVID-19”, Gobierno de España (2020)¹¹.

La confianza en la seguridad del destino turístico es un elemento clave para captar flujos de demanda turística. La recuperación de la confianza implica asegurarse de que todos los componentes de la cadena de valor del sector turístico implementen medidas higiénico-sanitarias. A tal fin, el Plan destinó 200.000 euros en la elaboración de 21 guías de especificaciones para prevenir el contagio por el coronavirus SARS-COV-2¹². Unas guías que incluyen medidas de desinfección de los espacios y demás condiciones de limpieza, aforo y distancia social promovidas por el sector y visadas por las autoridades sanitarias. Como complemento a estas guías, se prevé la creación de un sello (Safe Tourism) que permita dar publicidad a

10 Véase: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf

11 Véase: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf

12 Véase: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - Guías para la Reducción del Contagio (mincotur.gob.es)

los establecimientos que cumplan con las indicaciones establecidas en las guías¹³. Un distintivo único que posibilite a España situarse como destino turístico seguro dentro de los mercados nacional e internacional. En otro orden, está trabajando en la elaboración de proyectos piloto de apertura del país al turismo internacional, a través de corredores turísticos seguros.

Dentro de la segunda línea de actuación: Medidas para la reactivación del sector, el Plan tiene previsto destinar 3.362 millones de euros para llevar a efecto medidas para la reactivación del sector a través de medidas laborales, programas de formación y capacitación en el sector y liquidez y solvencia empresarial, y medidas de estímulo de la demanda de viajes. Dentro de las medidas laborales, se comentan medidas adoptadas con antelación por el Gobierno de España, destacando la relevancia de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) como actuación que permitió contener de manera significativa la destrucción de empleo y tejido empresarial. De otro lado, se establece un mecanismo que posibilita otorgar un período de moratoria de un máximo de 12 meses para aquellas operaciones financieras con garantía hipotecaria, suscritas por autónomos o empresas cuyo inmueble se encuentra afecto a una actividad del sector turístico, incluidos alojamientos. Dentro de este Plan, AENA aprobó un incentivo comercial con el objetivo de contribuir a una rápida recuperación del tráfico aéreo en España. De esta forma, cada compañía recibirá un descuento en la tarifa media mensual de aterrizaje para todas aquellas operaciones mensuales en la red de AENA que superen los niveles fijados: un 75% de descuento, para el número de operaciones situado entre el umbral inferior y el umbral y un 100% de descuento, para el número de operaciones que supere el umbral.

En otro orden, creemos que debemos hacer hincapié en la mención que se hace dentro de planificación al impulso de la formación continua, la capacitación y el mentoring como estrategias esenciales para mantener la competitividad del sector. Esos programas se centrarán en el ámbito de la seguridad y de la higiene contra la COVID-19, sin obviar la recualificación profesional. En esta dirección, dentro del Plan Anfitriones de Turismo contemplado en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 se aumentarán el número de cursos y plazas ofertados como parte del Plan Anfitriones frente a COVID-19. Se propone además la creación de un programa específico de formación denominado “SCTE Destino Seguro”. Finalmente, debemos resaltar el proyecto desarrollado por FUNDAE (Fundación Estatal para la Formación no Empleo) para la creación de una Tarjeta de Competencias Profesio-

13 Este sello está actualmente disponible y fue desarrollado por el Instituto para la Calidad Turística Española. Véase: <https://ipyc.net/normalizacion-certificacion/turismo/certificado-icte-safe-tourism-certified-frente-al-covid-19.html>

nales en Hostelería y Turismo (TPHT) con el fin último de mejorar la capacitación del capital humano empleado dentro del sector turístico.

El eje “Medidas para la mejora de la Competitividad del Destino Turístico” mantiene la línea de trabajo que se pretende abordar en la próxima Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 en lo tocante a la necesaria transformación competitiva del sector. Este eje de mejora de la competitividad del destino turístico está dotado con 859 millones de euros. En concreto, el Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT) apoyará, mediante préstamos, los proyectos que desarrollen las empresas turísticas orientados a la mejora de la competitividad y a acelerar la transformación del sector hacia un modelo más sostenible. En especial, aquellos relacionados con el uso de energías renovables, uso eficiente de los recursos, reutilización del agua y reciclado de residuos transporte sostenible, o la digitalización, la innovación y modernización de los servicios. Este eje contempla medidas centradas en la financiación de proyectos para la digitalización, innovación e internacionalización del sector turístico y planes de sostenibilidad turística. Consideramos de especial relevancia el impulso que se pretende dar a la Red de Destinos Inteligentes. Una Red sostenida sobre la Metodología de Destinos Turístico Inteligentes desarrollada por la Secretaría de Estado de Turismo, a través de SEGITTUR.

La crisis de la pandemia de la COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de contar, más que nunca, con indicadores, datos e información a tiempo real para poder prever escenarios y comportamientos e implementar, en su caso, las políticas públicas adecuadas. En este contexto, dentro de la medida: “Mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística” es fundamental el rediseño del vigente sistema de conocimiento e inteligencia turística de España, teniendo en consideración las necesidades de información de CC. AA. y del sector turístico. Ese nuevo modelo del Sistema de Información Turística (SIT) debe contemplar el análisis de la demanda internacional mediante el refuerzo de la información de mercado, el análisis de las variables turísticas y su evolución, y la creación de un nuevo modelo turístico. Para impulsar estas líneas de trabajo dibujadas desde Turespaña y SEGITTUR, el Plan expone la creación de un nuevo Observatorio de Inteligencia Turística que contará con indicadores, datos e información a tiempo real para poder prever tendencias dentro del mercado turístico y adoptar, en consecuencia, líneas de actuación adecuadas.

El quinto eje, “Marketing y promoción”, está centrado en utilizar herramientas de ‘márketing’ y promoción para posicionar a España como un destino seguro y sostenible, tanto de frente al turismo nacional como internacional. La promoción se centrará, primero, en el mercado doméstico, en mercados próximos y mercados emisores de proximidad, impulsando la utilización de herramientas de comercialización en línea.

Tabla 5. Plan de impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible. Ejes y medidas (organismo responsable, presupuesto y temporalidad).			
	Responsable	Presupuesto (€)	Datos
<i>Eje 1.-Recuperar la confianza en el destino: por un destino 360º seguro</i>			
Guías para la reducción del contagio en el sector turístico	MINCOTUR y Ministerio de Cultura y Deportes	200.000	2020
Medidas para adaptar el transporte público como medio seguro	MITMA	--	2020
Sello "Turismo Seguro"	MINCOTUR	--	2020
Programa piloto para el establecimiento de "corredores turísticos seguros"	MINCOTUR, MITMA y Ministerio de Sanidad	--	2020
<i>Eje 2.- Medidas para la reactivación del sector</i>			
Medidas laborales	Ministerio de Trabajo y Economía Social y Ministerio de Inclusión, Migraciones y Seguridad Social		2020
Programa de formación, capacitación e mentoring para el sector turístico	FUNDAE y Ministerio de Educación y Formación Profesional, MINCOTUR	106.353.840	2020-21
Liquidez e solvencia empresarial	ICO e AENA	3.256.000.000	2020-21
<i>Eje 3.- Mejora de la competitividad del destino turístico</i>			
Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)	MINCOTUR	515.000.000	2020
Financiación de proyectos para la digitalización, innovación e internacionalización del sector turístico	MINCOTUR	216.000.000	2020-21
Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos	MINCOTUR	53.000.000	2020-22
Reforzar la Red de Destinos Turísticos Inteligentes	MINCOTUR, Red.es	75.000.000	2020-23
Programa "Hoteles Justos Laboralmente Responsables"	MINCOTUR, Universidad de Málaga y Agentes sociales	--	--
<i>Eje 4.- Mejora del modelo de conocimiento integral-Nuevo Observatorio de Inteligencia Turística</i>			
Análisis de la demanda internacional mediante el refuerzo en la información de los mercados	MINCOTUR	1.600.000	2020
Refuerzo del Sistema de Inteligencia Turística (SIT) para el análisis de la demanda y oferta turísticas nacionales	MINCOTUR/MIAETD	1.500.000	2020
Creación de un Visor de Datos de Turismo	MINCOTUR	--	2020
<i>Eje 5.- Marketing y promoción</i>			
Plan de Marketing 2020-2024 TURESPAÑA	MINCOTUR	33.300.000	2020-24
Mejora de herramientas promoción y marketing	MINCOTUR	4.800.000	2020-21

Fuente: Plan de impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible, Gobierno de España (2020).

La reactivación de los mercados se centrará en las acciones a corto plazo que la red de delegaciones de turismo en el exterior pondrá en marcha para reactivar de forma rápida el turismo internacional hacia España. Pero, además, va a trabajar en una estrategia promoción turística fuerte a medio y largo plazo, a través del Plan de Marketing 2020-2024.

A modo de análisis crítico final, el Plan de Impulso al Turismo en sus líneas maestras está enfocado en la dirección correcta. Ahora bien, adolece que no concrete medidas necesarias de reactivación para apoyar el tejido empresarial del sector turístico a corto plazo. Un colectivo afectado por graves problemas de viabilidad económica ante la caída abrupta de ingresos y la persistencia de los costes de funcionamiento. En esta dirección, según la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), se echa en falta el anuncio de medidas o recursos potentes para asegurar liquidez. Esta institución también sostiene que el Plan no contempla incentivos como transferencias de carácter directo, como reducción/exoneración de impuestos como el IVA. Tampoco incorpora mecanismos alternativos a los bonos canjeables, para evitar la descapitalización de empresas turísticas, que tienen que devolver adelantos de consumidores. En otro orden, el documento tampoco contempla medidas para incentivar a corto plazo el consumo turístico interno, así como acuerdos de carácter bilateral (corredores) o generales a nivel UE, para agilizar y asegurar con las cautelas sanitarias precisas, flujos turísticos a corto plazo de mercados internacionales claves europeos.

3.2. Plan de Reactivación de los Sectores Cultural y Turístico frente a los efectos derivados de la COVID-19¹⁴

Estamos ante un instrumento de planificación sectorial, hecho público por la Consellería de Cultura y Turismo de la Xunta de Galicia en mayo de 2020, enfocado en la reactivación de los sectores cultural y turístico frente a los efectos derivados de la COVID-19. El Plan está dotado de una inversión total de 26,8 millones de euros: 11 millones para el sector turístico y de 10,2 millones para el cultural; reforzados, asimismo, con 5,6 millones de euros a través de medidas transversales enmarcadas en el Xacobeo 2021. El Plan cuenta con 5 ejes de actuación en el ámbito del sector turístico: apoyo al tejido empresarial y mantenimiento del empleo turístico; acciones de promoción y reactivación de la demanda; creación de nuevos productos turísticos; formación, competitividad e innovación; y medidas enmarcadas en el

14 Xunta de Galicia (2020): "Plan de reactivación de los sectores cultural y turístico frente a los efectos derivados de la COVID-19". Xunta de Galicia. Véase: https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/0/0/1/3_ca5875058a12b42/20013_b03a-7f19714b8c9.pdf

Xacobeo 2021. Unos ejes de actuación que se traducen en un total de 36 medidas (Tabla 6)¹⁵.

Tabla 6. Resumen presupuestario de los ejes con trascendencia en el sector turístico contemplados dentro del Plan de reactivación de los sectores cultural y turístico frente a los efectos derivados de la COVID-19.	
TURISMO	
EJE DE ACTUACIÓN	PRESUPUESTO ESPECÍFICO
Acciones de promoción de Galicia y reactivación de la demanda	2.020.000 €
Creación de nuevos productos turísticos	1.871.000 €
Apoyo al tejido empresarial y mantenimiento del empleo turístico	5.100.000 €
Formación, competitividad e innovación	1.970.000 €
XACOBEO 2021	
Medidas transversales enmarcadas en el Xacobeo 2021	5.645.000 €

Fuente: "Plan de reactivación de los sectores cultural y turístico frente a los efectos derivados de la COVID-19". Xunta de Galicia (2020)¹⁶.

Este plan de reactivación es un instrumento de planificación de carácter sectorial indicativo desarrollado desde una metodología participativa, donde los agentes públicos como privados implicados especialmente son aquellos directamente vinculados con los sectores cultural y turístico. Las medidas propuestas dentro de este plan tienen como finalidad básica posibilitar el mantenimiento del empleo y el tejido empresarial.

El período de ejecución previsto abarca desde mayo a diciembre de 2020, durante el cual se implementarán las 47 medidas contempladas en el plan. Los objetivos del mismo son los siguientes:

- Apoyar la viabilidad del tejido empresarial.
- Reforzar las medidas generales de mantenimiento del empleo.
- Mantener la cadena de valor de los sectores productivos.
- Crear instrumentos para favorecer la recuperación de la estructura empresarial.
- Establecer estrategias que posibiliten la adaptación al nuevo escenario socioeconómico.

15 Xunta de Galicia (2020): "Plan Estratégico del Xacobeo 2021". Xunta de Galicia. https://ficheiros-web.xunta.gal/transparencia/plans/culturaeturismo/plan_xacobeo_21_gal.pdf

16 Véase: <https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reativacion-cultural-turistica.pdf>

- Impulsar procesos integrales que permitan ofrecer garantías higiénico-sanitarias.
- Los objetivos específicos para el sector turístico son los siguientes:
 - Reforzar la marca propia y potenciar sus atributos referenciales de calidad (paisaje-naturaleza, cultura-patrimonio, gastronomía, etc.), vinculados a los nuevos valores poscrisis (seguridad, salud, confianza, entre otros).
 - Potenciar la competitividad de los profesionales y de las empresas turísticas gallegas.
 - Impulsar nuevos productos y soluciones enfocadas al nuevo escenario global posterior a la crisis sanitaria.
 - Reajustar las campañas de promoción tomando como referencia el mercado de proximidad y el Camino de Santiago.
 - Crear protocolos y certificar medidas higiénico-sanitarias.

El Xacobeo 2021 está concebido dentro de este documento como una herramienta transversal: “El Xacobeo 2021 es una gran oportunidad para reactivar la economía de Galicia, gracias al potencial comunicativo y a las grandes expectativas que genera, especialmente en los ámbitos cultural y turístico”¹⁷.

El Programa Galicia Destino Seguro, incluido dentro de las medidas del Plan, busca garantizar a través de un conjunto de medidas, por una banda, que el sector se adapte al nuevo escenario de la COVID-19. Por otro lado, que los turistas viajen a Galicia con confianza¹⁸. En esta dirección¹⁹, se trata de un proyecto marco dirigido a la reformulación de la estrategia de promoción de destino, la generación de nuevos productos turísticos adecuados al nuevo contexto del mercado y la modernización como adaptación del sector turístico. Esa medida está dirigida a establecimientos turísticos, agencias de viaje y turoperadores, sector MICE, guías turísticos y otros subsectores en toda la cadena de valor turística. En este campo, la Xunta de Galicia actúa en cuatro ámbitos: la información con la publicación y puesta a disposición de manuales como materiales que recopilan los requisitos y

17 Xunta de Galicia (2020): “Plan Estratégico del Xacobeo 2021”. Xunta de Galicia”; op. cit. pág. 28. https://ficheiros-web.xunta.gal/transparencia/plans/culturaeturismo/plan_xacobeo_21_gal.pdf

18 Véase: https://www.turismo.gal/galiciadestinoseguro/portada?langId=es_ES

19 Con este objetivo, se promulgó la “ORDEN de 27 de Julio de 2020 por la que se establecen medidas de prevención para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 en relación con la llegada en Comunidad Autónoma de Galicia de personas procedentes de otros territorios”. Véase:

https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/2/9/2/7_bc2514ed4265bbf/22927_df907b-07cfb278d.pdf

protocolos higiénico-sanitarios necesarios en este nuevo escenario; la formación, a través de diferentes cursos gratuitos y certificables²⁰; el asesoramiento²¹ y financiación para que empresas y profesionales del sector turístico se adapten en materia de seguridad sanitaria. Una herramienta que básicamente pretende recuperar la confianza de la demanda potencial del destino Galicia ante el impacto de la crisis sanitaria.

Otra acción estratégica a destacar es la elaboración, por parte de la Xunta de Galicia, de un conjunto de Manuales de aplicación frente a la COVID-19, bajo el asesoramiento de diversos grupos de expertos, y siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Hablamos de una serie de protocolos como manuales higiénico-sanitarios para garantizar la seguridad y la confianza, tanto de los potenciales visitantes como de los propios trabajadores del sector.

3.3. Estudio de caso: medidas de apoyo al sector turístico de Sanxenxo por parte de las AA.PP. de rango local

La Diputación de Pontevedra puso en marcha el *Plan de Reactivación Turismo Rías Baixas*²², concebido para analizar la situación del turismo en Pontevedra en relación a los impactos de la crisis de la COVID-19. El presupuesto previsto para el Plan es de más de 3 millones y medio de euros y está temporalizado para realizar todas las actividades previstas a lo largo del año 2020. El Plan ha sido elaborado a través de un proceso participativo de los diferentes agentes públicos y privados, y se presta en base a cinco ejes de actuación:

- Financiación, aspectos legales y fiscalidad.
- Prevención, seguridad, salud e higiene.
- Digitalización y competitividad.
- Fomento de la demanda de productos y servicios turísticos de la provincia.
- Promoción del destino Rías Baixas.

20 Un Plan de Formación específico, a través del Centro Superior de Hostelería de Galicia (CSHG), con 500 acciones formativas previstas coordinadas con el sector turístico. Son acciones gratuitas de carácter voluntario que pretenden formar al sector del turismo de Galicia en materia de seguridad y prevención de la COVID-19 para hacer de Galicia un destino seguro. Véase:

https://www.turismo.gal/galiciadestinoseguro/formacion/cursos-de-formacion-sectorial?langId=es_ES

21 La Xunta ofrece un servicio de asesoramiento en línea para resolver las dudas planteadas por los profesionales del sector en materia de seguridad sanitaria.

22 Véase: <https://turismoriasbaixas.com/-/plan-reactivacion-turismo-rias-baixas-pontevedra-provincia>

El Plan de Reactivación contempla tanto la reformulación de medidas que ya se estaban desarrollando como acciones específicas destinadas a responder a las nuevas demandas del sector turístico de la provincia.

La Mancomunidad de O Salnés adoptó en mayo de 2020 una estrategia de promoción turística de proximidad, enfocada al mercado nacional y del norte de Portugal para compensar la previsible caída del turismo internacional debido a la pandemia. En esta dirección, se produjeron video-spots publicitarios en redes sociales, segmentados para esta tipología de turistas. Otra iniciativa destacable fue el proyecto de una “marketplace” comarcal; es decir, un centro comercial virtual que busca fomentar el turismo de compra a la vez que beneficia a los vecinos de los municipios de la comarca.

La estrategia territorial implementada desde la administración municipal de Sanxenxo en el ámbito de la gestión de los efectos de la pandemia de la COVID-19 sobre el sector turístico se fundamenta en dos ejes (Fernández Pena, 2022):

- Posicionar a Sanxenxo como un destino seguro, garantizando la seguridad e higiene.
- Ayudar a las empresas y autónomos que trabajan dentro del sector turístico.

A la hora de afrontar estos retos desde la gestión municipal se implementaron una serie de líneas de actuación a corto plazo, dentro de las cuales podemos destacar:

- Reservar dentro del presupuesto municipal 2 millones de euros para ayudas sociales y económicas por la crisis de la COVID-19.
- Refuerzo de la seguridad en las calles, desinfección de viales, espacios públicos e instalaciones municipales y suspensión de eventos.
- Exención total de la tasa de terrazas y ampliación del espacio de las mismas donde sea posible de bares, cafeterías y restaurantes.
- Exención del 50% de la tasa de basura del 2020 a los establecimientos o negocios que se han visto obligados a cerrar por la aprobación en marzo del estado de alarma.
- Ordenación peatonal de espacios públicos (puerto deportivo, paseos, senderos, ...).

En otro orden, SEGITTUR eligió a los destinos de Sanxenxo, Conil (Cádiz) y Santa Susanna (Barcelona) para formar parte de un proyecto piloto para transmitir confianza dentro de la demanda turística ante la COVID-19. El objetivo de esta iniciativa es proporcionar herramientas globales y normalizadas para que los destinos puedan comunicar y distribuir digitalmente información relevante, detallada, homogénea y actualizada sobre la situación sanitaria a sus posibles visitantes (Fernández Pena, 2022).

En lo que respecta a la gestión de playas, Sanxenxo formó parte del grupo de trabajo a nivel nacional para la elaboración de un protocolo a seguir en las playas para evitar los contagios de la COVID-19, desarrollado por el Instituto de Calidad Turística (ICTE). A nivel de gestión municipal, las medidas que se han adoptado, son (Fernández Pena, 2022):

- Balizamiento
- Refuerzo en la limpieza de aseos.
- Refuerzo de la plantilla municipal (socorristas, sanitarios y auxiliares de policía local) y creación de un cuerpo de “vigilantes de apoyo” para controlar el acceso a las playas.
- Drones y vigilancia policial para el control de aforo en las 28 playas del municipio.
- Cartelería con información del código de conducta a respetar por los usuarios de las playas.
- Utilización de redes sociales para dar a conocer en tiempo real la frecuentación de bañistas en las diferentes playas.

Sin embargo, la medida más importante por su dimensión mediática ha sido la puesta en marcha de un “Plan de ordenación sanitaria de la playa de Silgar” (Figura 9). Este plan consistía en grandes trazos en la división de la playa en 5 sectores que contaban con personal para facilitar a los usuarios su ubicación, manteniendo en todo momento los protocolos de seguridad sanitaria. Cada sector tenía un color diferente y estaba formado por cientos de cuadrículas de 3x3 metros, que en función del número de personas se podían ampliar fácilmente. Las cuadrículas estaban formadas por estacas de madera clavadas en la arena y unidas por unas cuerdas que podían recolocar con facilidad en función del número de personas. Esta actuación tuvo una gran cobertura mediática; de hecho, fue comentada en medios de comunicación, televisión, radio, prensa, digitales y búsquedas en Google. Además de hacerse eco los informativos de todas las cadenas de televisión nacional y sus magazines de mañana y tarde, destaca el interés de cadenas de la importancia de Fox News, CNN y la japonesa TBS. También fue objeto de comentario en diarios con millones de lectores como The Sun y Telegraph. Ahora bien, debemos señalar el poco éxito en la práctica diaria de esta actuación. Los usuarios de la playa de Silgar en el verano de 2020 no atendieron a la hora de instalarse a las cuadrículas trazadas en el arenal.

Figura 9. Plan de ordenación sanitaria de la playa de Silgar: Segmentación de la playa²³. Modelo de cuadrícula.



Fuente: Turismo de Sanxenxo.

4. Recapitulación final: Propuesta de líneas de actuación

La situación generada por la pandemia del COVID-19 afectó a todos los elementos del sistema productivo. Uno de los sectores más perjudicados fue el sector turístico. De hecho, el turismo hizo frente a una crisis global de las peores, con unos efectos sobre la oferta y la demanda que todavía en el año 2022 no han sido superados totalmente. Las claves del proceso de recuperación de la pandemia de la COVID-19 para un destino maduro como Sanxenxo, con una oferta centrada esencialmente en el producto sol y playa, son reactivar, repensar, recuperar, restaurar y reposicionarse dentro del mercado global.

Las restricciones en la movilidad de las personas motivadas por el estado de emergencia sanitaria determinaron la paralización de la actividad de casi la totalidad de las empresas turísticas en los primeros momentos de la crisis. Situación de parálisis que conllevó consigo pérdidas económicas y el cierre de muchas empresas con el consecuente despido de trabajadores. A pesar de las medidas adoptadas por las distintas Administraciones Públicas, el sector turístico se enfrentó no sólo a la pérdida de empresas, especialmente en los primeros meses, sino que aquellas que aguantaron vieron reducido su demanda. En función, entre otros factores, de la reducción de la renta de los ciudadanos y por consiguiente, de la reducción del gasto en actividades no primordiales. Por otro lado, el turismo requiere de movimientos fuera de los lugares de residencia de los turistas, y sobre todo, requiere de la confianza por parte del turista de que no va a haber ningún problema (Abella Garcés, 2020). De hecho, la crisis sanitaria ha traído consigo cambios de hábitos de consumo y en el modo de viajar por vacaciones. En esta dirección, sería interesante valorar de las nuevas megatendencias dentro de la demanda, el alcance de la propensión dentro

23 Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=vt3RGat9g0&t=54s>

de los turistas a viajar seguro y aislado, en tanto puede afectar al consumo turístico, especialmente a sus fórmulas y modalidades masivas (Vera Rebollo e Ivars Baidal, 2020). La pandemia de la COVID-19 ha afectado de forma más intensa a los destinos cuyos productos están más enfocados a un consumo de masas y con poco distanciamiento físico, como son el turismo de sol y playa o el urbano. Los segmentos que favorezcan el distanciamiento, como el turismo de naturaleza, el turismo rural, o el de vivienda vacacional, dispondrán de una mejor posición en el mercado turístico para afrontar las consecuencias de la crisis sanitaria (Navarro Jurado et al., 2020).

En estos momentos la crisis en el sector turístico ocasionada por el coronavirus está llegando a su fin. Ahora bien, la vuelta a la situación de pre-crisis, dentro del sector turístico, no tiene todavía una fecha clara. El regreso a la normalidad está siendo progresivo. Nos encontramos con una situación con muchas incógnitas aún abiertas para las que no hay respuestas, o las hay parcialmente. ¿Incrementará significativamente su demanda el turismo de naturaleza, turismo slow, turismo rural en función de sus características propias? ¿Es la desestacionalización un aspecto que podría ayudar a paliar el overtourism? ¿Será posible arbitrar un sistema en el que las vacaciones se repartan en meses diferentes para lograr menor masificación? A día de hoy, no hay respuestas claras e indiscutibles a ninguna de estas preguntas (Barlés Arizón, 2020).

En este momento podemos considerar que las medidas encaminadas a paliar la crisis de la COVID-19, a muy corto plazo destinadas a posibilitar la viabilidad económica de diferentes productos turísticos, han sido bastante efectivas. Ahora bien, creemos también imprescindible preparar la adaptación a un nuevo escenario en el mercado turístico resultante de la pandemia. Una situación que a nuestro entender debe ser enfocada como una oportunidad para repensar el sector turístico de un destino como Sanxenxo. En suma, sostenemos que es el momento de diseñar otro modelo de desarrollo turístico. Es decir, se trata de implementar acciones estratégicas para el sector a medio y a largo plazo de carácter estructural, guiadas por la idea de un cambio basado en la sostenibilidad.

Los destinos turísticos deberían ver la oportunidad y el aprendizaje que nos ha brindado esta crisis para repensar los modelos de desarrollo, de forma que puedan contribuir a atajar los desafíos del cambio climático, así como para diseñar modelos más respetuosos con (e inclusivos de) las comunidades locales (Vargas Sánchez, 2020). Cabe esperar que la demostrada resiliencia de esta actividad económica se vuelva a poner de manifiesto, pero también un cambio en los comportamientos de las Administraciones, de la demanda y de la oferta del sector. En este sentido, Navarro Jurado et al. (2020) hablan de la posibilidad de una nueva economía del turismo caracterizada por una reinención del mismo. Una revisión de prioridades a la hora de viajar, de elegir destinos, nuevos modelos de consumo de espacios e incluso un cambio del modelo hacia un decrecimiento turístico o una etapa de

post-crecimiento. Una transformación turística que supondrá una nueva escala de valores, entre los cuales aparecerá la “bioseguridad”. Es decir, que se priorizarán las condiciones sanitarias e higiénicas.

Finalmente, indicar que el escenario resultante de la crisis de la pandemia de la COVID-19, obliga a los gestores públicos de los destinos gallegos y a sus empresas turísticas a reestructurar y adaptar sus estrategias a las nuevas tendencias observadas dentro del mercado. No podemos ignorar las repercusiones a largo plazo de la crisis de la COVID-19 en el sector turístico y la necesidad de una transformación estructural. Tras las actuaciones implementadas para paliar la crisis a corto y medio plazo, la transición ecológica y la transformación digital seguirán siendo los principales retos a afrontar. Una estrategia que debe incorporar nuevas líneas de actuación y reforzar aquellas que sean consideradas adecuadas en el nuevo escenario mundial. Sanxenxo deberá ajustar su oferta para responder a potenciales cambios en los hábitos de viaje dentro de la demanda. Una estrategia de marketing territorial donde los valores asociados al patrimonio tanto natural como cultural, a la gastronomía, a la idiosincrasia del carácter gallego, etc., junto con la seguridad del consumo deben actuar como ejes vertebradores. La pandemia también ha ofrecido una oportunidad para el desarrollo de la digitalización del sector turístico. La crisis de la COVID-19 aceleró la transformación digital. De hecho, se están desarrollando soluciones para mejorar la experiencia turística en destino (Big Data, Cloud Computing, Robotización, etc.). Son éstas líneas de actuación que deben ser capaces de responder a una demanda más sensibilizada y más lenta para tomar decisiones. Una estrategia que debe incluir acciones de contingencia y reactivas de estímulo para acelerar la recuperación. Dentro de este marco de referencia, proponemos para el destino Sanxenxo:

- Reforzar la imagen de destino seguro, fomentada desde la Xunta de Galicia para luchar contra la caída de los flujos turísticos ocasionados por la crisis de la COVID-19, como base para generar confianza en el mercado turístico nacional e internacional, manteniendo una comunicación continua y activa fundamentalmente en el entorno online con sus mercados objetivo y en el propio territorio.
- Estimular la demanda turística regional y la de los mercados de proximidad.
- Mantener el posicionamiento y apertura de los mercados exteriores prioritarios mediante actuaciones inversas y marketing digital.
- Analizar continuamente los datos de la evolución de la demanda turística como vía para reformular las acciones de promoción y comercialización en mercados y productos. Un seguimiento de la evolución de los flujos de demanda desde los distintos territorios emisores de turismo que debe efectuarse desde una perspectiva de mercado. En esta dirección, debe prestarse

una especial atención al comportamiento del ritmo de las reservas de productos y servicios turísticos como mecanismo clave para prever la evolución de la actividad turística en el corto plazo.

- Determinar la capacidad de carga de los destinos para evitar las aglomeraciones en determinados lugares, espacios y eventos. Sanxenxo como destino de sol y playa tendrán que aplicar aforos y gestionar los flujos de demanda en las playas más frecuentadas.
- Fomentar la imagen de Sanxenxo como destino sostenible dentro del mercado nacional e internacional. Esta crisis obliga a los destinos a optar por un modelo de desarrollo turístico sostenible, donde los objetivos de desarrollo deberán ser más cualitativos que cuantitativos.
- Puesta en marcha de líneas de actuación encaminadas a la capacitación, asesoramiento y apoyo al sector en materias relacionadas con cambios, nuevas tendencias y exigencias de competitividad derivadas de la pandemia (seguridad y salud; digitalización; innovación tecnológica y no tecnológica; nuevas fórmulas de promoción y comercialización, etc). La utilización de herramientas tecnológicas debe verse en clave de oportunidad para numerosos procesos que incumben al consumo turístico y a la gestión de los destinos como empresas turísticas (Vera Reobollo e Ivars Baidal, 2020).
- La implementación de un modelo de gobernanza como herramienta de colaboración público-privada. La gobernanza será un proceso clave para la adaptación a la nueva realidad turística y esto está vinculado a las decisiones técnico-político-administrativas participadas y a la gestión profesional orientada a resultados. Un escenario de gestión turística donde las comunidades locales sientan parte activa y se benefician en mayor medida de los flujos turísticos. A ese efecto, se deberían organizar mesas de participación sectorial y ciudadana utilizando herramientas online. En función de este objetivo, ante los constantes cambios e incertidumbres que están surgiendo en torno a la actividad turística, es imprescindible contar con un observatorio capaz de recoger e interpretar toda la información sectorial, de tendencias y de evolución del turismo en el destino para incorporar a la toma de decisiones. La gestión turística de Sanxenxo como destino en un escenario post-coronavirus necesitará de datos fiables del entorno en el que los agentes, tanto públicos como privados del sector, definirán sus estrategias de actuación. En especial, en lo allí concerniente a los cambios experimentados en el patrón del comportamiento de la demanda y de la comunidad local.

Estas acciones son esenciales, en nuestra opinión, para mejorar la competitividad de Sanxenxo como destino. La crisis de la COVID-19 debe aprovecharse como una oportunidad para *repensar* la oferta turística del futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Abella Garcés, S. (2020): “Situación del sector turístico y de la crisis”, en Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación. AECIT, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo; pp. 21-27.
- Barlés Arizón, M. J. (2020): “Marca, posicionamiento y comunicación, herramientas clave para el impulso del sector turístico en la crisis del COVID 19” en F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos (Dirs.), Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 309-327.
- Comisión Europea (2020): “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. El turismo y el transporte en 2020 y en adelante”. Bruselas, 13.5.2020. COM (2020) 550 final
- Delgado del Castillo, J. M. (2020): “Turismo y medio ambiente en un escenario post COVID-19”, en F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos (Dirs.), Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 363-385.
- Fernández Pena, R. (2022): “Sector turístico de Sanxenxo y COVID-19”, en Patiño Romarís, C. A. y Lois González, R. C. (Eds.): “A crise do coronavirus COVID-19 e o sector turístico galego: Principais retos e liñas de actuación” (pp.43-47). Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela; op cit. pág. 43.
- Gössling, E.; Daniel Scott, D. e Hall, C. M. (2020): “Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19”. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Lindoso-Tato, E. y Vilar-Rodríguez, M. (2018): El despertar del turismo urbano en España: Baños de mar, ocio y urbanismo en A Coruña, 1900-1935. *Cuadernos de Turismo*, 42, pp. 213-236. doi: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.42.09>
- Lois González, R. C. y Patiño Romarís, C. A. (2020): “Sanxenxo un destino litoral galego maduro: ¿Overtourism o estrategias para su reorganización?”, en Pons Buades, G. X., Blanco-Romero, A., Troitiño Torralba, L. y Blázquez Salom, M. (Coord.), Sostenibilidad turística: “overtourism vs undertourism (pp. 295-306). *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31, Palma (Illes Balears).
- Martínez-Quintana, V. (2020): “Planificación colaborativa del turismo local y de naturaleza en épocas de crisis”, en F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos (Dirs.), Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, pers-

- pectivas y vías de recuperación. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 209-230.
- Mallapaty, S. (2020): "What the cruise-ship outbreaks reveal about COVID-19". *Nature*, 580, 18. doi: <https://doi.org/10.1038/d41586-020-00885-w>
- Navarro Jurado, E.; Guevara Plaza, A.; Anton Clavé, S.; Ivars Baidal, J. A.; Vera Rebollo, J. F.; Fuster Huguet, M.; López Sánchez, J. A.; Pazos Otón, M.; Lucrezia López, L.; Piñeiro Antelo, M. A.; León González, C. J. e Prats Planaguma, LL. (2020): "La agenda de investigación para el turismo en la etapa post-COVID. Respuesta a una crisis sin precedentes". Disponible en: https://indess.uca.es/wp-content/uploads/2020/06/Instituto-para-el-Desarrollo-Social-Sostenible-noticias_imagenes-14.pdf?u
- Navarro Jurado, E.; Ortega Palomo, G. e Torres Bernier, E. (2020): "Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19: Incertidumbre, impacto y recuperación". Málaga, Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística, Universidad de Málaga. Disponible en: http://www.i3t.uma.es/wp-content/uploads/2020/03/Propuestas-Reflexiones-Turismo-ImpactoCOVID_i3tUMA.pdf
- OECD (2020): "OECD Tourism Trends and Policies 2020". Paris, OECD Publishing. doi: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
- Patiño Romarís, C. A. (2002): "A illa da Toxa. O planeamento urbanístico no proceso de construción e transformación dun produto turístico litoral". Pontevedra: Servicio de Publicacións, Deputación Provincial de Pontevedra.
- Patiño Romarís, C. A. (2001): "Espacios turísticos e de ocio nas Rías Baixas: Unha análise a diferentes escalas". Dirección Xeral para o Turismo, Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Patiño-Romarís, C. A. (2016): "Espazos turísticos e de ocio no litoral galego: Unha análise a diferentes escalas". Tesis Doctoral. Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Patiño Romarís, C. A. (2020): "Análisis del modelo turístico del litoral gallego desde el enfoque de la oferta". *Miniús*, 25, pp. 173-202.
- Patiño Romarís, C.A. (2021): "Factores determinantes de la demanda del producto turístico litoral gallego". *Miniús*, 26, pp. 221-256.
- Patiño Romarís, C. A. y Lois González, R. C. (Eds.) (2022): "A crise do coronavirus COVID-19 e o sector turístico galego: Principais retos e liñas de actuación". Xornadas do IDEGA, 9. Santiago de Compostela, Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela.
- Patiño Romarís, C. A. y Lois González, R. C. (2022): "O sector turístico galego ante o impacto da pandemia da COVID-19: Análise e propostas territoriais de actuación". Documentos de Traballo do IDEGA, Xeografía 27. Santiago de Compostela, Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela.

- Penas Murias, M. V. (1987): “El Área de Oleiros-Sada: Un espacio de Ocio en la periferia de La Coruña”. Excma. Diputación Provincial de La Coruña, La Coruña.
- Piñeiro Antelo, M. A.; Pazos Otón, M. y Lopez, L. (2020): “Del overtourism al undertourism: El impacto de la COVID-19 en las ciudades patrimonio de la humanidad. El caso de Santiago de Compostela”, en F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos(Dirs.), Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 385-411.
- Riley, C. (2020). “This is a crisis. Airlines face \$113 billion hit from the coronavirus”. Disponible en: <https://edition.cnn.com/2020/03/05/business/airlines-coronavirus-iata-travel/index.html>
- Santos Iglesias, M. V. (2002): “El turismo en el Val Miñor. Transformaciones espaciales y socioeconómicas en el suroeste de la provincia de Pontevedra”. Memoria de Licenciatura (Inédita), Departamento de Xeografía, Facultade de Xerografía e Historia, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Santos del Valle, A (2020): “La industria turística y el impacto del COVID-19: Escenarios y propuestas. Madrid, Global Journey Consulting. Disponible en: https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC_La_industria_turistica_e_impacto_Covid_19_Escenarios_y_propuestas.pdf
- Vallejo Pousada, R. (2017): “Los espacios turísticos: ciudades portuarias y villas termales en el despertar turístico de Galicia, 1850-1939”, en González Madrid, D. A., Ortiz Heras, M. y Pérez Garzón, J. S. (Eds.): La Historia, lost in translation? Actas del XIII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea (pp. 3347-3362). Cuenca. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Vargas Sánchez, A. (2020): “Entender el turismo post-coronavirus: Posibles escenarios”, en F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos(Dirs.), Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 15-40.
- Vera Rebollo, J. F. e Ivars Baidal, J. A. (2020): “El impacto del covid-19 en la actividad turística de la Comunitat Valenciana. Alicante, Generalitat Valenciana e Universitat de Valencia. Disponible en: <https://prospectcv2030.com/wp-content/uploads/2020/04/INFORME-TURISMO-Y-COVID19-CV.pdf>