



Universitat
de les Illes Balears

TRABAJO DE FIN DE GRADO

RESILIENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO DESPUÉS DE LA PANDEMIA: CASO DE ESPAÑA Y SUS CCAA

Cristina Agulleiro Moreno

Grado de Turismo

Facultad de Turismo

Año Académico 2021-22

RESILIENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO DESPUÉS DE LA PANDEMIA: CASO ESPAÑA Y SUS CCAA

Cristina Agulleiro Moreno

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Turismo

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2021-22

Palabras clave del trabajo:

Resiliencia, Covid-19, Islas Baleares, Galicia

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo Francisco Javier Franconetti Manchado

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Resumen

El siguiente trabajo estudia la resiliencia del sector turístico de Galicia y el sector turístico de las Islas Baleares ante una de las mayores crisis que se ha enfrentado, el Covid-19. Primero definimos la palabra resiliencia y como podemos medir la en el sector turístico. A continuación se detallan los planes o estrategias que cada destino ha utilizado acorde con los recursos y características de cada uno. El estudio de los datos reflejan el descenso de los principales marcadores turísticos y como va evolucionando a medida que la situación sanitaria mejora. Además se compara como ambos destinos y las estrategias seguidas de cada uno.

The following work studies the resilience of the tourism sector in Galicia and the tourism sector in the Balearic Islands in the face of one of the biggest crises it has faced, Covid-19. First we define the word resilience and how we can measure it in the tourism sector. The plans or strategies that each destination has used according to the resources and characteristics of each one are detailed below. The study of the data reflects the decrease in the main tourist markers and how it is evolving as the health situation improves. In addition, it compares how both destinations and the strategies followed by each one.

Índice

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

1. Introducción	6
2. Marco teórico	7
3. Metodología	8
4. Islas Baleares	8
4.1. Datos	8-10
4.2. Estrategias	11-13
5. Galicia	14
5.1. Datos	14-16
5.2. Estrategias	16-18
6. Comparación	18
7. Conclusiones	19
8. Bibliografía	20-23

1.INTRODUCCIÓN

En todo el mundo millones de empleos y empresas dependen de un sector turístico fuerte y próspero (Zurab Pololikashvili, Secretary-General of the UNWTO | UNWTO, 2022). El turismo tiene una gran peso en la economía española, antes de la pandemia representaba un 12,4 % del producto interior bruto de España, sin embargo en 2020 supuso el 5,5 % del PIB (Hosteltur, 2020).

A finales del año 2019 se notificó en Wuhan (China) el primer caso de COVID-19, por esas fechas se consideraba que era un caso aislado, sin embargo, más adelante el número de casos fue incrementando en el resto de los países. El 11 de marzo de 2020 la OMS ante unos niveles de propagación alarmantes declaró que la COVID-19 se trataba de una pandemia. (OMT,2020) En España, el primer caso se dio el 31 de enero en las Islas Canarias, en la Gomera, protagonizado por un turista alemán que fue inmediatamente aislado. (RTVE,2021)

El 14 de marzo, ante el aumento veloz de contagios en el país, el Gobierno de España, a través del Real Decreto 463/2020 declaró el estado de alarma en todo el país durante un periodo de 15 días (BOE,2020). Durante este período se restringió la circulación de los ciudadanos y como consecuencia la regulación de la hostelería y nuestro principal sector de la economía, el turismo. Debido a la gravedad de la pandemia el estado de alarma se prorrogó hasta el 21 de junio. (GOB,2020)

El 28 de abril de 2020 el Gobierno de España presentó un plan de desescalada que se prolongó hasta finales de junio con el objetivo de compaginar la pandemia con la recuperación económica y social.

A partir del 15 de junio Baleares lidera un plan piloto con un grupo de turistas que vendrán a visitar las islas, con el fin de promocionar la temporada turística del país y reactivar la economía. (GOIB,2020)

La pandemia influirá en la toma de decisiones de la planificación turística, ya que las estrategias deberán adaptarse a un contexto en constante cambio.

Algo importante a destacar es que el sector turístico español no es homogéneo en todas las comunidades, cada comunidad tiene un tipo de clima y unas características particulares que inducen a promocionar un tipo de turismo distinto. El hecho de ser diferente hace que las comunidades compitan entre ellas ya que cada una puede ofrecer algo distinto. El efecto de la pandemia ha hecho mermar la confianza de los turistas y cambiar su destino de viaje para adaptarse a la nueva situación sanitaria.

2.MARCO TEÓRICO

A lo largo de nuestra historia, las epidemias han provocado grandes consecuencias económicas y un gran impacto en la salud mundial (Ledermann 2003). La Organización Mundial de la Salud (OMS) afirma que vivimos en una era donde las epidemias podrían ser las protagonistas en poner en riesgo nuestra salud y economía, hasta el momento hemos tenidos las siguientes:

- SARS: Síndrome Agudo Respiratorio Severo, aparece en 2003 originado en regiones de Asia, dejó 7.740 muertos y unas pérdidas económicas de 40 millones de dólares.
- H1N1: Gripe porcina, aparece en 2009 y se extiende por todo el mundo, deja 18.641 muertos y unas pérdidas de 50 millones de dólares.
- EVD: El Ébola, aparece en 2013, principalmente en regiones de África, dejando 11.308 muertos y unas pérdidas económicas de 50 millones de dólares.
- COVID-19: Aparece a finales de 2019 en Wuhan y continua, dejando 6 millones de muertos y unas pérdidas económicas iniciales de 280.000 millones de dólares. (Jamal & Budke, 2020)

La palabra resiliencia ha tomado mucha importancia ya que resulta muy útil aplicarla a la situación actual. Ser resiliente incluye el aprendizaje social por parte de los individuos, empresas y los organismos del gobierno después de un acontecimiento (Cutter, 2016). Las organizaciones resilientes se caracterizan por tener autoorganización, es un proceso interno que se llega a través de procesos externos y se enfatiza en la investigación sobre la resiliencia del destino, la resiliencia psicológica, la resiliencia del trabajador y la resiliencia organizacional (Prayag, 2018). En el sector turístico se entiende como la capacidad de mantener la demanda, ya que altera todo el análisis del turismo. (Prideaux, Thompson y Pabel, 2020; Williams, 2009).

No es la primera vez que el sector turístico español se ha visto envuelto en una crisis, en 2008 los principales indicadores económicos de muchos países se vieron afectados, en España con el estallido de la burbuja inmobiliaria los datos económicos del país retrocedieron, sobre todo el índice de paro. Sin embargo en el sector turístico incidió poco ya que comparando datos respecto a años de crecimiento económico no hay gran diferencia, de hecho fue el sector turístico el que ayudó a recuperar al país de la crisis. (Ramírez; Rodríguez; Torres; 2012)

3.METODOLOGÍA

El propósito de este trabajo es estudiar las diferentes estrategias que se han adoptado para resistir ante esta crisis que ha afectado al sector turístico, sobre 2 comunidades autónomas, las Islas Baleares y Galicia.

A continuación, se escogen diferentes parámetros para medir el sector turístico de ambas comunidades, en los periodos anteriores y posteriores a la pandemia para poder ver y comparar la resiliencia del sector, además se explican las medidas adoptadas de cada comunidad. La metodología utilizada será la cualitativa.

Para realizar este estudio nos vamos a centrar en los datos estadísticos obtenidos por:

- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Institut d'Estadística de les Iles Balears (IBESTAT)
- Instituto Galego de Estadística (IGE)

Los datos recogidos han sido PIB, PIB per cápita, grado de ocupación, gasto medio del turista y número de visitantes. Estos datos comprenden los años anterior y posterior a la pandemia, del 2019 hasta el 2021 y datos del PIB y PIB per cápita referentes a la crisis financiera de 2008. A partir de estos datos se han elaborado tablas y gráficos. También analizaremos información de diferentes fuentes documentales

4. ISLAS BALEARES

El sector turístico de las Islas Baleares es clave para el desarrollo de esta comunidad, representando mas del 40 % del PIB total y para la creación del empleo que en 2019 fue de 219.469 puestos de trabajo, por esta razón tanto las administraciones públicas como privadas están totalmente implicadas para crear una estrategia y que el sector puede salir a flote.

4.1. DATOS

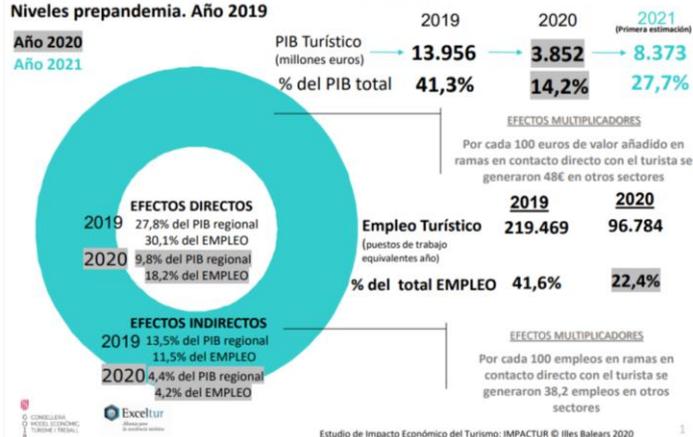
A través de un análisis DAFO conocemos la situación del sector turístico de baleares y cuales han sido las medidas adoptadas por este ante esta crisis.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Percepción del destino como turismo masivo y low cost. • Estacionalidad del sector. • Falta de interés hacia el turismo nacional. • Mala coordinación entre los municipios para la promoción turística. • Adaptación de los profesionales del turismo a las novedades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio del gasto del turista británico por el Brexit. • Recuperación de otros países competidores. • Quiebra de touroperador Thomas Cook.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación administración pública y privada para la planificación turística. • Excelente conectividad aeroportuaria. • Mallorca conocida mundialmente como destino • Consolidación del turismo de sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor conciencia por el turismo sostenible y búsqueda del turista por un turismo más especializado • Novedades en el marketing digital para llegar mejor al turista. • Reducir el exceso de turismo para proteger el medioambiente

PRINCIPALES RESULTADOS DE IMPACTUR

Efectos directos e indirectos del turismo sobre la economía balear

Niveles pre-pandemia. Año 2019



Fuente: IMPACTUR

		PIB Illes Balears	PIB per cápita Illes Balears
Burbuja financiera	2008	25.575.000 €	26.077 €
	2009	26.478.000 €	24.561 €
	2010	26.575.000 €	26.535 €
Bonanza económica	2018	32.740.000 €	27.847 €
	2019	34.172.000 €	28.522 €
COVID-19	2020	26.789.000 €	22.048 €

Elaboración propia a partir de los datos del INE

PIB de Baleares en 2020 cae un **21,7 %** respecto al año anterior.



Fuente: elaboración propia a partir de datos IBESTAT



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del INE

GASTO MEDIO DEL TURISTA	
2019	1.085 €
2020	1.068 €
2021	1.151 €

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de IBESTAT

4.2. ESTRATEGIAS

Tras analizar los datos anteriores, podemos ver como el año de la pandemia (2020) los datos descienden drásticamente en el sector turístico en el número de visitas y en la ocupación y por lo tanto esto provoca un importante descenso del PIB y en el PIB per cápita dada su gran dependencia del sector turístico.

A partir del año 2021 y con la llegada de las vacunas en verano los datos empiezan a recuperarse y vemos un aumento en el número de turistas y de ocupación lo cual provoca una recuperación del PIB y el PIB per cápita.

El gobierno de las Islas Baleares destinará 11 millones de euros para la reactivación del sector turístico.

1. Inyección económica

Como en el resto del país el gobierno central ha ayudado mediante los ERTE y prestamos ICO a paliar los efectos económicos que ha provocado la pandemia. Además el gobierno balear creó un subsidio extraordinario para los 85.000 fijos discontinuos (exclusivo de baleares) dada la particular temporalidad laboral que gozan los trabajadores del sector turístico de baleares. Además las empresas se beneficiaran de exoneraciones de pagos de las cuotas de la seguridad social y de aplazamientos de impuestos. (Caib,2021)

2. Incremento de la conectividad aérea

Como Islas que somos la conectividad es un factor clave para el desarrollo del turismo y con la pandemia se ha visto afectada. La Mesa de Turismo ha hecho una estimación de 135.000 millones de euros de pérdidas por la pandemia. También se han visto afectados los intermediarios (OTA'S), debido a esto, la Conselleria de Model Económic, Turisme i Treball a través de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares propondrá trabajar con la administración pública y privada para crear un plan estratégico de marketing para impulsar la conectividad. Un ejemplo de esta medida es la colaboración de la AETIB con Avorís para la creación de marketing estratégico para mejorar y lanzar la comercialización turística de las islas.

3. Control y seguridad sanitaria

Para convivir con el virus es necesario la realización de test y pruebas diagnosticas para controlarlo. En el aeropuerto se incrementó el personal para controlar la entrada y salida de viajeros. Además, en cada establecimiento turístico se crearon protocolos de actuación para poder dar el servicio con garantías sanitarias.

4. Promoción y marketing turístico

Desde la Conselleria de Modelo Económico, Turismo y Trabajo se ha trabajado la imagen de las islas como destino seguro por ello el 15 de junio de 2020 se propuso a las islas como destino maduro, protagonizar El Plan Piloto del Turismo y así transmitir confianza y seguridad al turista. Un ejemplo de promoción fue el spot publicitario protagonizado por Rafa Nadal (tenista profesional, con gran impacto mediático) que presentó con un dron las zonas mas emblematicas de las islas, además de disponer versiones en inglés, alemán y francés para su promoción internacional.

5. Promover la oferta complementaria

La AETIB tiene que crear una oferta complementaria distinguida para potenciar el sector turístico, para ello dispone de un presupuesto de 2 millones, a través de:

- Eventos, por tal de ayudar a la recuperación económica de las Islas se subirán los importes de los patrocinios y de las convocatorias de los

patrocinios para ayudar a todos los eventos i contribuir a la oferta complementaria.

6. Movilidad entre islas

El Gobierno, mediante un bono turístico quiere incentivar la demanda de las Islas. El objetivo es fomentar los viajes entre los ciudadanos de baleares, este presupuesto será de 2 millones de euros.

La AETIB subvencionará a los alojamientos turísticos, la estancia mínima será de 2 noches a través de agencias colaboradoras con la AETIB. La subvención constará de 100 € por persona, estas ayudas se prestarán entre el 15 y el 30 de junio de 2021 y entre 1 de septiembre y el 15 de noviembre.

Los beneficiarios de estas ayudas tienen que estar empadronados en la comunidad de las Islas Baleares y ser mayores de edad.

7. Comunicación

La AETIB ha diseñado 3 campañas de comunicación, la primera dirigida a los residentes de las islas para fomentar los viajes entre ellas, la segunda una campaña internacional en colaboración con Turespaña para que llegue a otros países y la última campaña a nivel mas nacional que se lanzará en primavera. Estas campañas se distribuirán a través de videos y fotografías online y offline a los mercados emisores.

La pagina web **illesbalears.travel** es la herramienta más importante para las campañas de marketing. Esta web también se ha encargado de actualizar toda la normativa y restricciones sobre el COVID-19.

A causa del COVID-19 se han buscado nuevos mercados emisores como Italia, Francia y países nórdicos, para construir nuevas relaciones y reforzar la imagen de las islas.

(AETIB, plan integral 2021)

5. GALICIA

En 2019 Galicia superó los 5,1 millones de visitantes, fue la comunidad autónoma que mas creció respecto al año anterior. El PIB turístico representa un 10,4 % del PIB total y 11 % del empleo (Exceltur, 2017). Estas cifras ponen en relevancia la importancia del sector y como ha crecido en los ultimos años. Por esta razón es necesario la creación de un plan para que el sector resista la crisis del Covid-19.

5.1. Datos

A continuación veremos un análisis DAFO del sector turístico de Galicia para conocer como se encuentra el sector y entender las estrategias que han sido adoptadas.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Conectividad pobre: la comunicación de Galicia es mejorable y la oferta de vuelos escasa.• Incendios forestales, algunos meses del año el territorio se ve comprometido.	<ul style="list-style-type: none">• Dependencia del sector, en un contexto de crisis puede ser un sector muy castigado y por lo tanto la economía del país.• Destinos parecidos, mas consolidados
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Espacios naturales: Cabo Fisterra, Rías, Parque Nacional de las Islas Atlánticas, ...• Camino de Santiago: ruta reconocida internacionalmente desde hace siglos.• Gastronomía: mucha variedad y muy buena calidad, motivo de viaje de muchos turistas• Importantes recursos históricos-artísticos: Torre de Hércules, murallas romanas,...	<ul style="list-style-type: none">• Zonas naturales donde se puede explotar mas el turismo• El XACOBEO, los años santos suponen una nueva oportunidad de negocio.

		PIB GALICIA	PIB per cápita Galicia
Burbuja financiera	2008	58.359 €	21.145 €
	2009	56.304 €	20.333 €
	2010	56.767 €	20.481 €
Bonanza económica	2018	62.428 €	23.130 €
	2019	64.349 €	23.842 €
Covid-19	2020	59.105 €	21.903 €

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del INE



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IGE

GASTO MEDIO DEL TURISTA	
2019	943 €
2020	762 €
2021	911 €

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE

	PIB TURÍSTICO 2019 (*)		PIB TURÍSTICO 2020 (**)		EMPLEO 2019 (***)		EMPLEO 2020	
	% participación economía	millones de euros	% participación economía	millones de euros	% participación empleo total	puestos de trabajo	% participación empleo total	puestos de trabajo
Baleares	41,3%	13.956	14,2%	3.852	41,6%	219.469	22,4%	96.784
Canarias	33,0%	15.597	17,8%	6.807	36,5%	310.956	22,9%	153.496
Comunidad Valenciana	15,5%	17.883	6,7%	6.915	15,9%	318.522		
Andalucía	12,5%	18.355			11,9%	385.073		
España	12,4%	154.487	5,5%	51.072	12,9%	2.721.900		
Cantabria	10,9%	1.342			11,4%	24.590		
Galicia	10,4%	6.341			11,0%	109.050		
La Rioja	9,8%	760			10,3%	12.951		
Región de Murcia	9,8%	2.719			10,2%	55.792		
Castilla-La Mancha	7,4%	2.832			8,6%	59.772		
Comunidad de Madrid	6,5%	14.360			6,5%	218.904		

Fuente: Exceltur, impacto económico del turismo

5.2. ESTRATEGIAS

El gobierno de Galicia publica el 5 de mayo de 2020 a través de la Consellería de Cultura e Turismo da Xunta de Galicia un plan para la reactivación de ambos sectores.

La inversión de este plan para la recuperación del turismo consiste en 11 millones y 5,1 para el Xacobeo 2021. A continuación se detalla el plan:

- Acciones de promoción y reactivación de la demanda:
 - Adaptación de la campaña de promoción de Galicia al escenario post-covid redescubriendo las características que lo definen y potenciar el Camino de Santiago como gran referente del destino. Divulgar el turismo de proximidad, dirigido al mercado nacional. La coordinación de la administración pública y privada para iniciativas de promoción. Impulsar la promoción de Galicia como destino MICE, adaptando a las empresas a las medidas higiénico-sanitarias, ampliar la información del portal Galicia MICE mejorando su posicionamiento SEO y SEM y crear un plató online para realizar congresos y eventos. Aplicación del BIG DATA al sector turístico para conocer información del comportamiento del turista y orientar las campañas de promoción a las nuevas preferencias después de la crisis sanitaria. Impulsar la gastronomía y la calidad del producto gallego que es motivo de elección de muchos visitantes. Colaboración con la Asociación de Guías Profesionales de Galicia para reactivar la actividad estableciendo garantías sanitarias y la creación del producto “Coñece Galicia”
- Creación de nuevos productos turísticos:

- Visitas temáticas “ A outra Galicia” , las estancias de 2-3 días en un mismo hotel tendrá como recompensa una visita gratuita a la ciudad que elijan entre los meses de julio a septiembre, con el objetivo de fomentar el turismo de proximidad.
- Acuerdo de colaboración con los turoperadores para la promoción de Galicia y para la creación de nuevos productos con motivo de Xacobeo 2021, creación de nuevas actividades, nuevas zonas como Ribeira Sacra, Costa da Morte, para su reactivación.
- Impulso de los geodestinos, para promocionar el turismo rural
- Acuerdo con cadenas hoteleras para promover intercambios vacacionales sobretudo con otros puntos de España, concretamente con la España Verde y el desarrollo del turismo solidario destinado a personas de la tercera edad con pocos recursos.
- Convenio con las rutas del vino, adaptación de las actividades a las nuevas medidas sanitarias, nuevos protocolos de actuación y servicio de atención al cliente con la plataforma Enoturismo Galicia

3. Apoyo económico

Como la creación del Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) específico para el sector que tenga en cuenta la temporalidad de este, ya que el turismo será el sector que mas tarde en recuperar la normalidad.

4. Apoyo al tejido empresarial

- Financiación y diálogo con entidades financieras, para la devolución o cancelación de viajes sin coste alguno.
- Programa “Queda en Galicia”, el turismo de proximidad para las primeras fases de desescalada es importante para el sector. Esta medida pretende llegar a financiar la compra de productos turísticos dirigidos a los residentes en Galicia de manera gratuita.
- Programa Galicia Destino Seguro, para transmitir confianza a los turistas y reforzar la estrategia de promoción del destino.
- Certificaciones de seguridad sanitaria, ya que Galicia es líder en certificaciones de calidad en el contexto estatal, por eso intenta favorecer

la incorporación de las medidas sanitarias en los establecimientos turísticos.

5. Formación, competitividad e innovación

- Programa de asesoramiento y consultoría en línea, para ayudar con problemas más personalizados de cada negocio.
- Observatorio para la innovación y sostenibilidad turística
- Bono solidario para consumo de productos turísticos, dirigidos a personas vinculados contra la lucha del Covid-19
- Redactar la Estrategia de Turismo 2030, teniendo en cuenta futuras crisis sanitarias
- Elaboración de manuales higiénico-sanitarios para cada tipo de empresa turística.

Las medidas dirigidas al Xacobeo 2021 han sido: la adquisición pública de obras de arte de artistas gallegos. Adecuar la red de albergues a la nueva situación sanitaria y adaptar la tecnología para gestionar la ocupación. Adaptar el Fest Galicia en línea, para reducir el aforo y garantizar la seguridad y la creación del Programa Galicia Emerxe X21.

6. COMPARACIÓN

Una de las principales diferencias en cuanto a la resistencia de cada destino es el peso del turismo en la economía, como vemos en los datos, en Baleares representa más de un 40% del PIB y del empleo y en Galicia un 10,4 % del PIB y un 11% el empleo, por lo tanto podemos afirmar que el impacto económico de la crisis ha sido mayor en las islas que en Galicia.

Una de las estrategias adoptadas por el sector turístico de Galicia ha sido dirigirse al mercado nacional ya que el primer año de pandemia los turistas buscaban destinos seguros y cercanos. Baleares también quiso adoptar esta estrategia pero el sector está muy enfocado al turismo internacional y la campaña de promoción dirigida al turismo nacional no tuvo mucho alcance. Además, Galicia aprovechó promocionando el turismo cultural y de naturaleza que tuvo una gran afluencia durante la pandemia ya que ofrecía seguridad y confianza al turista por el número reducido de participantes, se realizaba en un ambiente externo y no había temor al contagio, sin embargo las islas es un destino consolidado por el turismo de sol y playa con la percepción de turismo masificado con lo cual distanciaba a los turistas y fue difícil promocionar ese segmento de mercado.

En cuanto a similitudes podemos decir que en ambos casos la actuación de la administración pública y de la privada han tenido una participación muy importante para la recuperación del turismo. Ambos sectores cuentan con planes estratégicos que enmarcan el desarrollo del turismo para su promoción de destino seguro, para recuperar la confianza del turista y la adaptación de las medidas sanitarias para todo el sector.

7.CONCLUSIONES

La pandemia causada por el Covid-19 ha sido la mayor crisis a la cual ha tenido que enfrentarse el sector turístico, poniendo en peligro todo el sector y el que lo sostiene. La elaboración de planes o estrategias de resiliencia es la mejor manera para estar preparados ante cualquier otra crisis, de acuerdo con Prideaux, Thompson y Pabel, Williams, que proponen estudiar la resiliencia midiendo la capacidad de demanda para gestionar e investigar futuras crisis del sector turístico.

A través de este trabajo se ha recabado información sobre la actuación de los sectores turísticos de las Islas Baleares y Galicia para hacer frente a la crisis sanitaria. Observamos como dos destinos diferentes pueden obtener resultados similares o distintos dependiendo de los recursos y características de cada uno.

Después de 2 años de pandemia parece que el sector se empieza a recuperar y empieza a vislumbrar números de años atrás, para que esta evolución se prolongue en el tiempo y sea positiva podemos extraer las siguientes conclusiones del trabajo:

La evolución positiva del sector turístico será clave para el país. El turismo tiene una gran repercusión en otros sectores y es importante que las administraciones públicas se den cuenta de este hecho ya que con su recuperación puede ayudar a la economía del país, como ya ocurrió en la crisis financiera del 2008.

Las empresas del sector turístico deben adaptarse a las nuevas tendencias como la sostenibilidad o la digitalización y buscar soluciones a las debilidades que tiene el sector turístico de cada destino.

Algunos destinos han salido menos perjudicados que otros. El sector turístico de Galicia, por sus recursos y características pudo adaptarse mejor que el sector turístico de Baleares, este a pesar de las estrategias adoptadas tuvo que permanecer prácticamente parado hasta que la evolución sanitaria fue favorable.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AGENCIA ESTATAL BOLETÍN DEL ESTADO. Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE. [BOE.es - BOE-A-2020-3692](https://www.boe.es/BOE-A-2020-3692) Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.
- Araujo, N., R.Toubes, D. (2020). Empresa turística: cómo afrontarla gestión después de una crisis sanitaria. Recuperación de la actividad turística. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Caib.es. 2022. *Baleares cerró 2019 con 16,45 millones de turistas y un récord histórico en gasto, facturación y rentabilidad turística.* [http://www.caib.es/pidip2front/jsp/es/fichaconvocatoria/9398970#:~:text=Las%20Islas%20Baleares%20cerraron%202019,Balear%20de%20Estado%20C3%ADstica%20\(lbestat\)](http://www.caib.es/pidip2front/jsp/es/fichaconvocatoria/9398970#:~:text=Las%20Islas%20Baleares%20cerraron%202019,Balear%20de%20Estado%20C3%ADstica%20(lbestat))
- Caib.es. 2022. *Reactivación económica: El Govern presenta un Plan para la reactivación del turismo dotado con 11 millones de euros.* <https://www.caib.es/pidip2front/jsp/es/ficha-convocatoria/strongel-govern-presenta-un-plan-para-la-reactivacioacuten-del-turismo-dotado-con-11-millones-de-eurosstrong>
- Caib.es. 2022. *Covid19 - Medidas para empresas y trabajadores-NUEVA Prestación Extraordinaria para Fijos Discontinuos.* https://www.caib.es/sites/coronaviruseconomia/es/nueva_prestacion_extraordinaria/
- Caib.es. 2022. *Los 85.000 fijos discontinuos de Baleares podrán cobrar cinco meses de prestación extraordinaria, hasta el 28 de febrero de 2022, por un valor total de 382 millones.*

- <https://www.caib.es/pidip2front/jsp/es/ficha-noticia/strongspan-stylecolorc30045reactivacioacuten-econoacutemicanbnbspspanlos-85000-fijos-discontinuos-de-las-illes-balears-podraacuten-cobrar-cinco-meses-de-prestacioacuten-extraordinaria-hasta-el-28-de-febrero-de-2022-por-un-valor-total-de-382-millonesstrong0>
- Carpio, J.A. (2021, 31 enero). Las claves de la semana: del primer caso en la Gomera al millón de Aracelis. *RTVE*. [Covid-19 | El 1º caso en La Gomera al millón de Aracelis | RTVE](#)
- Cutter, S. L (2016): Resilience to what? “Resilience for whom?” *The Geographical Journal*, 182(2): 110-113. Deloitte (2020): El impacto económico del Covid-19. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-covid19.html>
- datosmacro.com. 2022. *PIB de las Islas Baleares 2020*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana-comunidades-autonomas/islas-baleares>
- datosmacro.com. 2022. *PIB de Galicia 2008*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana-comunidades-autonomas/galicia?anio=2008>
- Duro, J.A. ; Perez, Alejandro; Fernandez, Melchor. (2022). Territorial tourism resilience in the COVID-19 summer, *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. Volume 3, Issue 1. ISSN 2666-9579. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100039>.
- Exceltur.org. 2022. *Exceltur | PIB y Empleo Turístico por C.C.A.A.*. <https://www.exceltur.org/pib-y-empleo-turistico-por-c-c-a-a/>
- Félix, A.G. y García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4 (1), 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>

- Ficheros-web.xunta.gal.2022.<https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivación-cultural-turística.pdf>
- GOBIERNO DE ESPAÑA. (2020, 14 marzo). Presidencia del Gobierno. Estado de alarma. La Moncloa. [La Moncloa. 14/03/2020. El Gobierno decreta el estado de alarma para hacer frente a la expansión de coronavirus COVID-19 \[Consejo de Ministros/Resúmenes\]](#)
- Govern de les Illes Balears (GOIB). (2022). *Estudio Impacto Económico del Turismo*. Impactur. Exceltur.
- Gutierrez, H. (junio 20, 2020). Los turistas alemanes vuelven a Baleares y sin cuarentena: ya hay 47 vuelos programados a partir del lunes. Economía. EL PAÍS. [Coronavirus: Los turistas alemanes vuelven a Baleares y sin cuarentena: ya hay 47 vuelos programados a partir del lunes | Economía | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)
- Instituto Galego de Estadística. *IGE. Táboas.2022*
[http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&C OD=4785&R=9928\[12\];1\[all\];0\[2019\]&C=2\[0\];3\[0\]&F=&S=&SCF=](http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&C OD=4785&R=9928[12];1[all];0[2019]&C=2[0];3[0]&F=&S=&SCF=)
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/jtf-02-2020-0014>
- Ledermann, W. (2003). El hombre y sus epidemias a través de la historia. *Revista Chilena de Infectología*, 20, 13–17. <https://doi.org/10.4067/s0716-10182003020200003>
- Morales, Coll. Francisco (16 de marzo 2020) Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE). Economipedia.com
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. DECLARACIÓN. (2020, 27 DE ABRIL). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. [COVID-19: cronología de la actuación de la OMS \(who.int\)](#)

- Prayag, G. (2018): "Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism". *Tourism Management Perspectives*, 25: 133–135.
- Play.google.com. 2022. *Turismo post Covid-19, El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación - Google Play*. <https://play.google.com/books/reader?id=8r85EAAAQBAJ&pg=GBS.PT431&hl=>
- Prideaux, B., Thompson, M y Pabel, A (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 22, 667-678.
- Redacción Hosteltur. 2022. El peso del turismo en la economía española cae al 5,5% del PIB. https://www.hosteltur.com/148997_el-peso-del-turismo-en-la-economia-espanola-cae-al-55-del-pib.html
- Redacción Hosteltur. 2021. *La AETIB y Ávoris corporación Empresarial firmaran convenio de co-marketing estratégico. Distribución. Hosteltur*. [La AETIB y Ávoris Corporación Empresarial firman convenio de co-marketing estratégico \(hosteltur.com\)](https://www.hosteltur.com/148997_el-peso-del-turismo-en-la-economia-espanola-cae-al-55-del-pib.html)
- Redacción Última hora. 2022. *Rafa Nadal, anfitrión de Mallorca*. <https://www.ultimahora.es/deportes/tenis/2020/06/26/1176197/rafa-nadal-protagoniza-spot-para-promocionar-mallorca.html>
- Sánchez, Ramírez, R ; Rodríguez, Díaz, B ; Torres, Bernier, E.J. Cuadernos de ciencias económicas y empresariales. Efectos de la crisis en el sector turístico español. (2012) 40 ed. malaga. <http://cuadernos.uma.es/pdfs/papeles60.pdf>
- Unwto.org. 2022. *Zurab Pololikashvili es Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) | OMT*. <https://www.unwto.org/es/zurab-pololikashvili>
- Woods, D. D. (2017): Essential characteristics of resilience. *Resilience engineering* (pp. 33–46). CRC Press.

