

XEOGRAFÍA • 27

Carlos Alberto Patiño Romarís

Universidade de Santiago de Compostela

Rubén Camilo Lois González

Universidade de Santiago de Compostela

FEBREIRO 2022

**O SECTOR TURÍSTICO GALEGO ANTE O IMPACTO DA PANDEMIA
DA COVID-19: ANÁLISE E PROPOSTAS TERRITORIAIS DE
ACTUACIÓN**

EDITOR ÁREA XEOGRAFÍA

Ángel Miramontes Carballada

Dpto. de Xeografía

CONSELLO EDITOR

Joam Carmona Badía

Dpto. Historia e Institucións Económicas.

Melchor Fernández Fernández

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

Lourenzo Fernández Prieto

Dpto. Historia Contemporánea e América.

Rubén C. Lois González

Dpto. Xeografía.

María L. Loureiro García

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

Ángel Miramontes Carballada

Dpto. Xeografía.

María do Mar Pérez Fra

Dpto. Economía Aplicada.

M^a Ángeles Piñeiro Antelo

Dpto. Xeografía.

María Dolores Riveiro García

Dpto. Fundamentos da Análise Económica.

Edita: IDEGA
ISSN: 1138-2708
D.L.G.: C-1689-2003

O sector turístico galego ante o impacto da pandemia da COVID-19: Análise e propostas territoriais de actuación *

**Carlos Alberto Patiño Romarís
Rubén Camilo Lois González**

RESUMO:

O turismo é un sector estratéxico para Galicia que achega o 10,4% do PIB e o 11% do emprego. Un sector que é con toda probabilidade o máis afectado pola crise xerada por mor da expansión da COVID-19. Por tanto, é imprescindible reaccionar para evitar na medida do posible consecuencias irreversibles. Un sector que xa mostraba algúns desaxustes, falto dunha estratexia actualizada que favorecese a correcta interrelación entre a oferta de produtos turísticos coas novas megatendencias dentro da demanda. Tanto o Estado español, como o goberno autonómico e as entidades locais galegas puxeron en funcionamento medidas de distinto calado para facer fronte ás consecuencias da pandemia. Este traballo ten como principal obxectivo, mediante unha metodoloxía cualitativa, tanto unha aproximación aos impactos sobrevividos no sector como a análise das estratexias turísticas de carácter público que se están deseñando pola crise sanitaria da COVID-19. Unha análise que se complementa cunha serie de consideracións acerca da xestión da crise, incidindo na importancia de avanzar na súa dimensión proactiva. Nesta dirección, propoñemos actuacións territoriais, desde o paradigma da sustentabilidade e a óptica da gobernanza, que os principais destinos turísticos galegos poden implementar a curto, medio e longo prazo para afrontar a crise do coronavirus.

Palabras chave: xestión turística, COVID-19, produto turístico, estratexia territorial, sustentabilidade, gobernanza.

* Este documento de traballo foi presentado dentro do ciclo de seminarios do IDEGA, o día 2 de outubro de 2021.

ABSTRACT:

Tourism is a strategic sector for Galicia that contributes 10.4% of GDP and 11% of employment. A sector that is probably the most affected by the crisis caused by the expansion of COVID-19. Therefore, it is essential to react to avoid as far as possible irreversible consequences. A sector that already showed some discrepancies, lacking an updated strategy that would favor the correct interrelation between the supply of tourist products with the new megatrends within the demand. Both the Spanish state, the autonomous government and the Galician local entities have put in place measures of different depths to deal with the consequences of the pandemic. The main objective of this work, through a qualitative methodology, is both an approach to the impacts on the sector and the analysis of the public tourism strategies that are being designed for the health crisis of COVID-19. An analysis that is complemented by a series of considerations about crisis management, emphasizing the importance of advancing in its proactive dimension. In this direction, we propose territorial actions, from the paradigm of sustainability and the perspective of governance, that the main Galician tourist destinations can implement in the short, medium and long term to face the coronavirus crisis.

Keywords: tourism management, COVID-19, tourism product, territorial strategy, sustainability, governance

Clasificación JEL: Z32 (Tourism and Development)

1. INTRODUCCIÓN

O turismo é unha actividade económica global cun crecemento e expansión xeográfica na última década sen precedentes. A nivel internacional alcanzáronse por primeira vez os 1.000 millóns de turistas en 2012 e seguiu crescendo ata os 1.500 millóns en 2019, un incremento de máis do 30% en apenas 7 anos (OMT, 2020). O sector turístico no ano 2019, segundo datos do Consello Mundial de Viaxes e Turismo (WTTC), representaba o 10,3% do PIB mundial e xeraba 1 de cada 10 empregos no mundo. En España ten un gran peso na economía, rexistrando segundo a súa Conta Satélite (2019), o 12,3% do PIB e 12,7% dos empregos totais para o ano 2018. O turismo en España finalizou o ano 2019 con 83,7 millóns de chegadas internacionais e máis de 195 millóns de viaxes realizadas polos cidadáns nacionais. Unhas cifras que sitúan a España, segundo a Organización Mundial de Turismo (OMT), líder a escala global na clasificación de competitividade turística, no segundo por ingresos derivados e no terceiro por chegadas de turistas desde o estranxeiro. O turismo tamén representa un dos motores principais do desenvolvemento económico galego. O PIB Turístico de Galicia rexistrou os 6.341 millóns de euros no ano 2017, cifra que sitúa o seu peso no conxunto da economía no 10,4%¹. A contribución do turismo en Galicia tamén é evidente en termos de emprego: 123.772 persoas empregadas no sector en 2019 (11% do emprego total), segundo datos da Área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia. En canto á demanda, no ano 2019, 5,1 millóns de persoas visitaron Galicia con case 11 millóns de pernoitas rexistradas nos establecementos. Non podemos tampouco esquecernos de recalcar a oportunidade de crecemento como de promoción que supoñía a celebración do Xacobeo 2021, o primeiro en máis dunha década. Todo un conxunto de variables que presentaban un marco favorable no futuro inmediato para o sector.

Neste escenario, xurde a crise sanitaria debida á Covid-19. Unha pandemia que se expandiu de forma tan rápida e ampla en parte por unhas taxas de mobilidade humana na actualidade sen precedentes. Unha nova realidade impredecible, cambiante e con efectos devastadores na economía mundial. Un cesamento da actividade económica que deu lugar a unha redución da demanda tanto interna como externa, producíndose unha caída da demanda de bens e servizos procedentes do resto do mundo e unha interrupción das cadeas globais de valor, así como o cesamento dos fluxos turísticos (Banco de España,

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

2020). A medida que os gobernos de todo o mundo introduciron disposicións sen precedentes para conter o virus como as restricións ás viaxes, ás operacións comerciais e ás interaccións entre as persoas, paralizouse o sector turístico. De feito, a aviación internacional estivo practicamente inmovilizada desde o 8 de marzo ata inicios de xuño, pecharonse sitios e atraccións turísticas, canceláronse ou aprazamento de festivais e eventos, etc. O impacto da COVID-19 sobre o turismo global foi abafador e inmediato. En tan só cinco meses acadáronse as maiores taxas de desemprego dos últimos anos, paralizáronse os desprazamentos a nivel mundial e especialmente sectores como o turismo, a hostalería ou a aviación esborralláronse. Segundo estimacións do Banco de España, 302.000 empresas españolas presentaron durante este período un ERTE afectando a un total de 4.600.000 empregos. As proxeccións do Fondo Monetario Internacional prognostican que a economía global contraerá un 3% en 2020 e un 8% en España.

Estamos nunha situación que non ten precedentes. No espazo de meses, o sistema turístico global pasou do *overtourism* ao *non tourism*, diariamente ilustrado por blogues e artigos de xornais que representan destinos turísticos “antes” e “despois” en base a fotografías (Gössling et al., 2020).

Estamos nun escenario no que non sabemos cando vai acabar a crise pandémica, parece complicado aventurar cifras e previsións de impacto. Agora ben, neste contexto cremos preciso revisar os prognósticos efectuados por distintos organismos para o sector turístico, que vai sufrir nos vindeiros meses unha fortísima contracción da demanda como restricións da súa propia oferta. Unhas previsións que a curto e medio prazo veranse totalmente alteradas.

A OMT preveu para o ano 2020 unha diminución do turismo internacional de entre o 60 e o 80% con respecto ao ano anterior, o que representa unhas perdas de entre 840.000 millóns e 1,1 billóns de euros en concepto de ingresos por exportación en todo o mundo. O WTTC, pola súa banda, prognosticou o 24 de abril que 100,8 millóns de empregos están en risco no mundo². Un informe de política sectorial da OIT (Organización Internacional do Traballo) identificou o turismo como un dos sectores máis vulnerables, sinalando como moi probable unha drástica caída do emprego como resultado da crise COVID-19³. A OCDE (Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económico) sostén que o

²Véxase: <https://wttc.org/News-Article/WTTC-now-estimates-over-100-million-jobs-losses-in-the-Travel-&-Tourism-sector-and-alerts-G20-countries-to-the-scale-of-the-crisis>

³Véxase: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_741468.pdf

descenso da economía do turismo internacional podería oscilar entre un 60-80% en 2020, dependendo da duración da crise sanitaria e do ritmo de recuperación⁴. As perdas de ingresos nas empresas turísticas a nivel europeo acadaron o 85% en hoteis e restaurantes, o 85% no caso dos operadores turísticos e as axencias de viaxes, o 85% no caso do ferrocarril de longa distancia e o 90% no dos cruceiros e as compañías aéreas. O sector das viaxes e o turismo da Unión Europea informou dunha redución das reservas de entre un 60 e un 90 % con respecto aos mesmo período en anos anteriores (Comisión Europea, 2020: 11). En España, só no mes de abril de 2020 perdéronse máis de 7 millóns de turistas internacionais e un gasto asociado de 7.000 millóns de euros⁵. Esta evolución terá un impacto negativo do 3,9% no cómputo total do PIB galego, segundo as estimacións realizadas polo Clúster Turismo de Galicia. Unha previsión que implicaría unha perda importante de emprego no sector. De feito, ata o mes de maio de 2020, o 31 % de todos os ERTES presentados en Galicia pertencen ao sector turístico⁶. Pola súa banda, Randstad Research sostíña a finais de abril de 2020 que o sector do turismo en España será o máis afectado pola crise da COVID-19, xa que moitas das súas actividades non van recuperar os niveis anteriores á crise ata, polo menos, o primeiro trimestre de 2022. No caso da hostalería, Randstad Research prevé que como pronto en xuño e como tarde en setembro, este sector comezará a remontar ata alcanzar a recuperación total entre finais de 2021 e principios de 2022. Con todo, estas previsións negativas a nivel global, de España e de Galicia poden ser maiores na medida en que a pandemia se estenda no tempo ao longo do ano.

O ano 2020 arrincou de maneira positiva ata a interrupción total da actividade turística na segunda metade do mes de marzo. A limitación internacional das viaxes e as medidas de confinamento impediron o desenvolvemento da actividade turística desde entón. É certo que a partir de xuño, as condicións sanitarias permitiron reducir progresivamente as restricións na práctica turística, favorecéndose gradualmente os desprazamentos de proximidade, rexionais e nacionais. Agora ben, os escenarios sanitarios posibles son moi diversos e condicionan completamente a práctica turística, debido a que esta convive dificilmente cunha pandemia como a COVID-19. As limitacións que supoñen as medidas de contención do virus para o goce turístico poden paralizar ou aprazar as viaxes turísticas. Ata o achado dunha vacina en 12-18 meses desde o xurdimento do primeiro

⁴ OCDE (2020). *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*. Disponible en: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

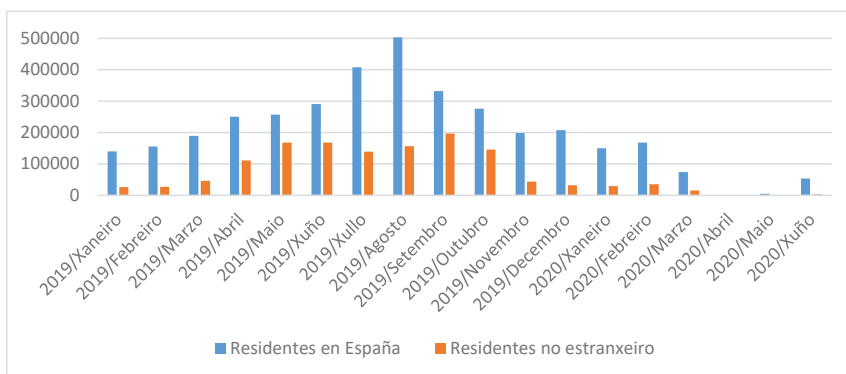
⁵ Datos de FRONTUR correspondentes a abril de 2020, INE. Gobierno de España (2020). “Plan de impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible”. Disponible en:

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

⁶XUNTA DE GALICIA (2020). *Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19*. Disponible en: <https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivacion-cultural-turistica.pdf>

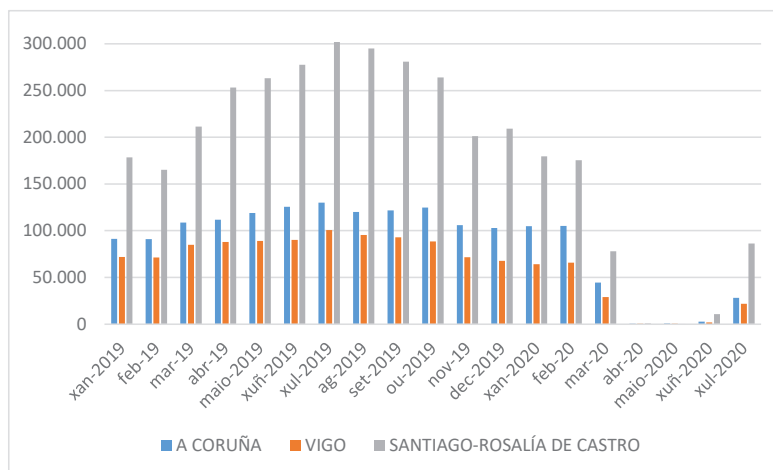
foco do virus ou de antivirais efectivos, non se restablecerán as condicións adecuadas para as viaxes e o turismo, e nese momento, xurdirán outras incógnitas como a capacidade das empresas para operar a pleno rendemento ou sobre o comportamento da demanda turística. A curto prazo, a principal incógnita a despexar é saber que ocorrerá nas futuras tempadas de verán, que no caso de Galicia concentra gran parte da demanda de visitantes. A recuperación da demanda nacional será máis rápida que a internacional, circunstancia que aconsella expor escenarios diferenciados segundo a súa orixe. En ambos os casos, a contracción da demanda non ten precedentes na liña das estimacións de organismos tanto nacionais como internacionais (Figura 1). A recuperación do turismo nacional dependerá da severidade da crise económica, como principal factor limitante, e do desexo de evasión das familias tras meses de reclusión e inquietude ante a crise sanitaria, así como da progresiva "normalización" das condicións para viaxar e gozar das experiencias turísticas, fundamentalmente a dispoñibilidade de oferta e unha contorna turística atractiva, sen trabas significativas para o goce da demanda. En 2021 cabe supoñer que mellorarán as condicións das empresas e os destinos turísticos, e a situación socioeconómica será o factor determinante na decisión de viaxar. Agora ben, desde a perspectiva do consumidor, e atendendo a unha menor dispoñibilidade de renda a curto prazo, o gasto en viaxes, aloxamento e restauración reducirase. Nesta dirección, apuntan as previsións efectuadas por Deloitte no informe “COVID-19: impacto y escenarios de recuperación en consumo y distribución”. No devandito informe postúlase que o ano 2021 traerá unha recuperación no consumo, aínda que a porcentaxe de gasto dedicado a viaxar permanecerá por debaixo dos niveis pre-crise: un 12% menos no caso de viaxes e hoteis e un 5% no caso da restauración.

Figura 1. Evolución mensual de viaxeiros en establecementos hostaleiros en Galicia. Período 2019- xuño 2020. Número de viaxeiros



Fonte: Elaboración propia. Datos EOH (Enquisa de ocupación hostaleira), INE.

Figura 2. Evolución mensual do tráfico aéreo de pasaxeiros nos aeroportos de A Coruña, Santiago de Compostela e Vigo. Período 2019-2020. Número de pasaxeiros



Fonte: Elaboración propia. Datos AENA.

A Asociación de Viaxes Aéreas Internacionais (IATA) ve pouco probable que as aerolíneas volvan aos niveis de tráfico anteriores á crise antes de avanzado o 2021⁷. De feito, no primeiro trimestre de 2020, os datos proporcionados por Flight Radar e Eurocontrol sinalan unha caída abismal da mobilidade aérea en todos os ámbitos. A nivel mundial o descenso acada un 60%, a nivel europeo un 88% e en España un 95%. Segundo Flightstats, no aeroporto Adolfo Suárez (Madrid) canceláronse máis de 3.600 voos durante o mes de marzo, e 2.200 no do Prat (Barcelona). No caso dos aeroportos galegos asistimos a unha paralización do tráfico aéreo durante o período do estado de alarma (Figura 2). Riley (2020) estima unhas perdas nas aerolíneas de 113 mil millóns de dólares en vendas, 15 veces maiores que as rexistradas en 2002-2003.

Por iso, podemos afirmar que o impacto da crise está a afectar a todo o sistema turístico. No Cadro 1 achegamos unha breve análise das principais consecuencias da pandemia da Covid-19 naquelas actividades e produtos turísticos máis significativos tanto no sector turístico mundial como no galego.

⁷ Véxase: <https://www.iata.org/contentassets/f2ad0b24051e4e06924123f5aabe2f5b/2020-04-14-01-sp.pdf>

Cadro 1.- Efectos econsecuencias da COVID-19 nas principais actividades e produtos turísticos

Transporte e operadores turísticos

Aviación: As compañías aéreas reduciron drasticamente e, nalgúns casos, inmovilizaron as súas frotas e puxeron fin ás súas actividades. As estimacións da Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) indican que a caída do tráfico internacional de pasaxeiros durante o 2020 equivalerá a unha redución de entre o 44% e o 80% dos pasaxeiros internacionais⁸. En Galicia durante o estado de alarma o tráfico aéreo paralizouse completamente (Figura 2). A IATA agarda que non se rexistre un repunte antes de ben avanzado 2021⁹. A IATA estimou que os ingresos por quilómetros de pasaxeiros (RPK) serán un 38% menores en 2020 que en 2019, cunha perda de ingresos resultante de 252 mil millóns de dólares USA¹⁰. As principais compañías aéreas, incluídas Scandinavian Airlines (17 de marzo de 2020), Singapore Airlines (27 de marzo de 2020) e Virgin (30 de marzo de 2020), solicitaron decenas de miles de millóns de dólares en axudas estatais (Gössling et al., 2020). Os aeroportos tamén afrontan unha crise financeira, con perdas estimadas de 76.600 millóns de dólares USA en 2020¹¹. En calquera caso, os expertos coinciden que cando se suavicen ou desvaneczan os temores á Covid-19, o tráfico aéreo mellorará e podería superar a demanda, normalizala principalmente na área de negocios para posteriormente recuperala ao redor da demanda de vacacións familiares ou eventos aprazados. É dicir, prevese un impacto en forma de 'U' tras o impacto da Covid-19 e un retorno ao crecemento da capacidade a partir dos meses centrais do 2021.

Ferrocarrís: A medida que a circulación de persoas se viu limitada, os ferrocarrís viron unha diminución significativa dos ingresos e os pasaxeiros. En Galicia, RENFE reduciu significativamente a frecuencia de trens que operaban durante o estado de alarma e no período posterior ao mesmo.

Autobuses: O transporte en *autobús* en España é un dos sectores máis afectados pola actual situación provocada pola COVID-19. Os seus efectos comezaron a sentirse xa no mes de febreiro coa caída da demanda nos circuitos turísticos para persoas procedentes de Asia, ata que finalmente decretouse en marzo o estado de alarma, o que se traduciu nunha caída da demanda dos servizos cifrada en case o 100%¹².

Touroperadores: Reduciron ou interromperon as súas operacións ata novo aviso. Tras suspender todas as actividades desde mediados de marzo ata mediados de maio como moi pronto, o Grupo TUI anunciou o 13 de maio que estaba disposto a reiniciar as actividades e indicou que as reservas anticipadas para o verán de 2021 auguran bos resultados¹³.

Aloxamento e restauración

Hoteis: A nivel mundial, os hoteis rexistraron taxas de ocupación extremadamente baixas, ou experimentaron peches masivos. As grandes cadeas hostaleiras viron como o prezo das súas accións esborrallouse. En Europa estimouse que o 76% dos hoteis estaban pechados. Segundo a consultora STR, na primeira semana de maio moitos países tiñan unha taxa media de ocupación inferior ao 30%. En Galicia, a EOH (Enquisa de Ocupación Hoteleira) rexistraba un grao de ocupación en maio de 2020 do 8,09%. Finalmente, indicar que o Barómetro do Sector Hostaleiro en España¹⁴, que elaboran conxuntamente STR e Cushman & Wakefield, confirma que o primeiro semestre de 2020 foi o peor das últimas décadas. Tamén se sinala que ao longo dos seis primeiros meses do ano, a ocupación nos hoteis españois foi dun 33%, unha caída do 54,8% respecto ao 73% que se rexistrou no mesmo período de 2019. Os destinos con mellor índice de ocupación foron Málaga e Canarias, cun 47% e un 44,5% respectivamente. No outro lado da balanza temos as ocupacións de Baleares (21,2%) ou Barcelona (32,5%). Neste sentido, os datos do Barómetro reflicten que todos os destinos españois sufriron a pandemia por igual, pero o ritmo de recuperación pode ser moi diferente. Nestes momentos, os destinos menos dependentes do

⁸Véxase: [https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-](https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO%20Coronavirus%202020%2005%2008%20Economic%20Impact.pdf)

⁹Véxase: [https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/recovery-in-air-travel-expected-to-lag-economic-](https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/recovery-in-air-travel-expected-to-lag-economic-activity/)

¹⁰Véxase: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/third-impact-assessment/>

¹¹Véxase: <https://aci.aero/wp-content/uploads/2020/03/200401-COVID19-Economic-Impact-Bulletin-FINAL-1.pdf>

¹²CONFEBUS (2020). *Informe Planes de ayuda al Turismo en Europa*. Disponible en:

http://docs.confibus.org/PlanesAyudaTurismoEuropa_junio2020.pdf

¹³Véxase: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/press-releases/2020/2020-05-13-h1-20>

¹⁴ Véxase: https://www.hosteltur.com/138208_la-ocupacion-hotelera-del-primer-semester-se-desploma-del-73-al-33.html

turismo internacional poden afrontar mellor a tempada, mentres que en destinos urbanos e insulares moitos establecementos probablemente permanezan pechados ata setembro ou mesmo finais de ano. Doutra banda, o informe tamén sinala que no primeiro semestre o prezo medio diario dos hoteis españois descendeu un 16%. Así mesmo, os ingresos por habitación dispoñible (RevPAR), rexistraron un retroceso do 62%, caendo desde os 79 euros rexistrados en 2019 ata os 30 euros neste 2020.

Apartamentos turísticos: O brote do virus supuxo descensos importantes nas reservas de apartamentos. En maio de 2020, Airbnb reduciu o 25% da súa oferta¹⁵. Segundo datos da empresa Transparent, o esborralle mundial do negocio dos apartamentos turísticos conséntase coa caída nas reservas do mes de marzo de 2020 nun 23% en todo o mundo, é dicir, un 53% menor que hai xusto un ano. Por países, é China a que mostra un maior descenso da ocupación neste primeiro trimestre de 2020, cunha caída do 61%. Séguenlle Italia (-29%), Estados Unidos (-17%), España (-17%) e Francia (-13%). Respecto a cidades, Roma rexistra un -32% de cancelacións sobre o total de reservas feitas, seguida de Venecia (-25%), Milán (-24%), Florencia (-23%), Madrid (-18%) e Barcelona (-15%)¹⁶.

Restaurantes: En moitos países esixiuse inicialmente á restauración que aumentasen o espaciamento social nos seus establecementos, limitasen a súa actividade á prestación de servizos a domicilio ou pechasen por completo as actividades. En España como en Galicia, aínda que se están levantando as restricións, as actividades seguen atendendo a certas limitacións de ocupación de espazo. Nos Estados Unidos, a Asociación Nacional de Restaurantes estima que as vendas da industria diminuirán en 225 mil millóns de dólares USA desde marzo, o que provocará a perda de entre cinco e sete millóns de empregos¹⁷. En Francia, as medidas de peche introducidas en marzo deron lugar ao peche de 75.000 restaurantes, 3.000 pubs e 40.000 cafés, o que afectou a 1 millón de empregados, que foron temporalmente despedidos e postos en paro técnico¹⁸. En España, antes da pandemia da Covid-19, a restauración daba traballo a uns 2 millóns de persoas, representando o 6,2% do PIB. Berbel Giménez (2020) estima unha mortalidade de establecementos próxima ao 20%, en base á opinión de expertos e profesionais do sector, conscientes de que os establecementos endebedados e sen fondos terán máis dificultades para sobrevivir.

Outras actividades

Guías turísticas: Os guías turísticos están a ver caídas importantes nas súas actividades, limitando significativamente os seus ingresos.

Empresas de tecnoloxía de viaxes: Os sistemas mundiais de distribución, as axencias de viaxes en liña e as plataformas de reserva en liña tamén se están vendo afectados pola crise debido á importante desaceleración das transaccións.

Produtos turísticos

Turismo de reunións, convencións, incentivos e eventos (MICE): En todo o mundo, as empresas cancelaron ou suspenderon as viaxes de negocios debido ao coronavirus, nalgúns casos ata 2021. Eventos de todos os tamaños tamén foron afectados, incluíndo os Xogos Olímpicos de 2020. O 20 de marzo, a Asociación Mundial da Industria de Exposicións estimou que se cancelaron máis de 500 feiras nas semanas anteriores, cun custo estimado de ata 23.000 millóns de euros en pedidos perdidos para os expositores¹⁹. Pola súa banda, Global Business Travel Association (GBTA) apunta que case todas as súas compañías cancelaron (95%) ou pospuxeron (92%) reunións, conferencias ou eventos debido á Covid-19²⁰.

Turismo cultural: Os museos e organizadores de eventos culturais enfróntanse a enormes perdas financeiras a medida que as instalacións se pechan e os eventos canceláanse. O Consello Internacional de Museos (ICOM) sinalabaa inicios de abril que en Italia espérase que o sector cultural perda 3.000 millóns de euros no próximo semestre; en España, 980 millóns de euros só en abril.

¹⁵Véxase: https://skift.com/2020/05/05/airbnb-cuts-25-percent-of-workforce-and-downsized-hotel-investments/?utm_campaign=Weekly%20Review%20Newsletter&utm_medium=email&_hsmi=87650460&_hsenc=p2ANqtz--S8_8EJ5ohFjleyBFQX1jh33xXgLMsoP6hZTLwGd8LzrGe55lmG22aTW6e2KGGQtCse6C&utm_content=87650460&utm_source=hs_email

¹⁶Santos del Valle, 2020: 19.

¹⁷Véxase: <https://thehill.com/business-a-lobbying/business-a-lobbying/488223-restaurant-industry-estimates-225b-in-losses-from>

¹⁸Véxase: <https://www.lci.fr/population/coronavirus-restaurants-cafes-et-bars-fermes-un-million-de-salaries-dans-l-inquietude-2148069.html>

¹⁹OCDE, 2020: 14.

²⁰Santos del Valle, 2020: 19.

Turismo deportivo: Os principais eventos deportivos e de entretemento tamén están a ser afectados. As principais ligas deportivas de Europa e doutros continentes remataron as súas tempadas ou disputaron os partidos a porta pechada cara ao público. A UEFA EURO 2020 foi posposta ao ano 2021. Os Xogos Olímpicos de Tokio 2020 tamén foron pospostos. Segue aumentando a incerteza ao redor da organización doutros eventos mundiais.

Turismo de saúde: Esta tipoloxía turística, pola súa esencia mesma, recuperárase moito antes que outras tipoloxías, adquirirá un maior protagonismo e volverá ao crecemento exponencial que viña experimentando por un aumento da conciencia pública en materia de saúde e benestar da sociedade e por unha maior sensibilización cos obxectivos da Axenda 2030 das Nacións Unidas (Fraiz Brea eTarrés Falcó,2020).

Turismo de cruzeiros: O turismo de cruzeiros é un dos produtos turísticos que máis tarde saíran da crise provocada pola pandemia. Comezando co Diamond Princess o 1 de febreiro de 2020, polo menos 25 cruzeiros confirmaron infeccións COVID-19 ata o 26 de marzo de 2020 (Mallapaty, 2020). De feito, no peor dos momentos, houbo cruzeiros que non puideron desembarcar e repatriar aos seus clientes; a finais de marzo dez barcos permaneceron no mar sen poder atopar un porto que lles permitise atracar (Gössling et al., 2020). O 6 de abril a CLIA informaba de que unicamente sete dos buques de cruzeiro dos seus membros permanecían no mar²¹. Segundo un informe de marzo de 2020 da axencia Bloomberg, as tres maiores operadoras de cruzeiros perderon en menos de dous meses máis da metade do seu valor de mercado, o que equivale a máis de 42.000 millóns de dólares. No caso dos portos de cruzeiros, o temor á COVID-19 trouxo como consecuencia un baixón no número de cruceiristas, o que ocasionou perdas económicas difíciles de avaliar. Os portos galegos, segundo datos de Portos do Estado, manifestaron unha paralización total do tráfico de cruzeiros no ano 2020 a partir do mes abril, marzo no caso de A Coruña (Figura 3).

Turismo rural: No mesmo confluén unha serie de circunstancias que poden facilitar que as consecuencias desta crise sexan menores que noutros sectores e que a volta á normalidade sexa máis acelerada. Podemos destacar a súa imaxe de espazos abertos e a pouca aglomeración que se produce no mesmo, a súa situación de alternativa de proximidade, a súa imaxe de turismo artesanal e personalizado, e a súa vinculación tradicional co mercado nacional. Esta realidade pódelle conferir non só unha vantaxe á hora de superar cunha maior celeridade a saída da crise, senón tamén, unha oportunidade de reposicionamento no mercado (Grande, 2020).

Turismo de sol e praia: O turismo litoral de sol e praia requirirá un cambio radical de modelo, deixando ao carón a masificación e optando pola seguridade sanitaria e modelos máis sostibles de xestión. A curto prazo, os destinos que se dirixiron maioritariamente a un turista internacional deberán captar a atención do turista nacional. En cambio, aqueles destinos habituais para o turista nacional recuperaranse máis rapidamente, ao estar mellor posicionados na mente do consumidor (Barlés Arizón,2020).

Cidades Turísticas Históricas (THC: Tourist Historic Cities): A pandemia COVID-19 propiciará dentro destas cidades un período de transición de duración incerta marcado por un reaxuste na formulación de prioridades e na maneira de afrontar as problemáticas urbanas, desembocando na definición de novos retos, que permitan adaptar unha economía local sobredimensionada en relación a oferta e servizos turísticos ao novo escenario. Por tanto, as liñas de actuación deben apostar por unha diversificación económica que permita afrontar con maior solvencia futuras pandemias e os seus impactos negativos. Agora ben, o produto turístico fundamentado nos centros históricos presenta un gran poder de resiliencia baseado no seu gran valor patrimonial e simbólico, o que lles permite seguir apostando pola súa autenticidade e unicidade como factores de atracción para a nova realidade do mercado turístico post COVID-19 (Piñeiro Antelo et al., 2020).

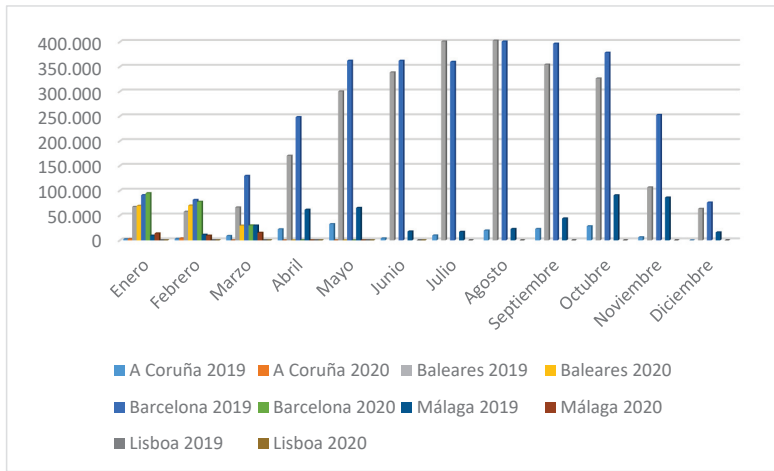
Camiño de Santiago: O Camiño de Santiago mantivo un crecemento sostido nos fluxos da demanda na última década, chegando ás 327.342 peregrinacións no 2019, dos que o 56 % foron estranxeiras. As estimacións recollidas no Plan Estratéxico do Xacobeo 2021 estimaban un incremento ata as 500.000 peregrinacións durante o Ano Santo, superando as 285.000 estranxeiras (57% do total)²². A pandemia da COVID-19 implicou unha redución do número de peregrinacións dende marzo que se recuperará paulatinamente cara o final de 2020 (Figura 4). As peregrinacións internacionais veranse especialmente minguadas no ano 2020.

Fonte: Elaboración propia a partir da OCDE (2020).

²¹Véxase: <https://twitter.com/CLIAGlobal/status/1247272902820614144?s=20>

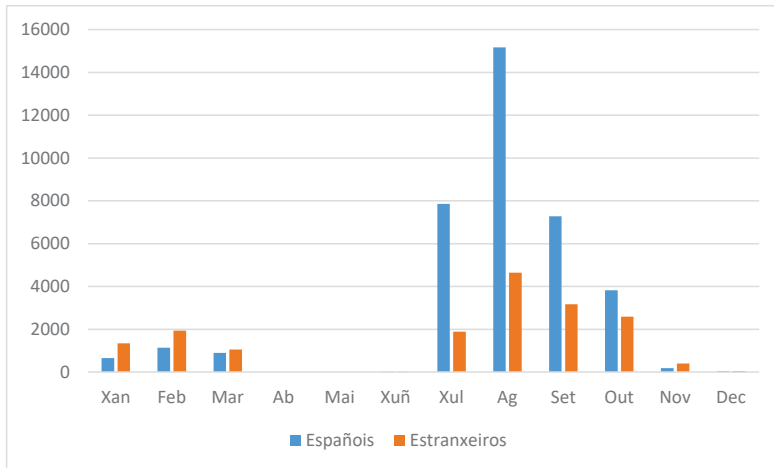
²²XUNTA DE GALICIA (2020). *Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19*. Disponible en: <https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivacion-cultural-turistica.pdf>

Figura nº3. Crise da COVID-19: Evolución do fluxo estacional de pasaxeiros de cruzeiros nos portos A Coruña, Baleares, Barcelona, Málaga e Lisboa. Período 2019-2020 (meses con datos oficiais: xaneiro-maio nos portos españois e xaneiro-xuño en Lisboa)



Fonte: Elaboración propia. Portos do Estado, Ministerio de Fomento, Gobierno de España. Porto de Lisboa: <http://www.portodelisboa.pt>

Figura 4. Evolución mensual do número total de peregrinos españois e estranxeiros chegados á cidade de Santiago de Compostela. Ano 2020



Fonte: Oficina do Peregrino.

En definitiva, o sector turístico viuse gravemente afectado pola pandemia da COVID-19. Nestes intreos, a situación segue sendo incerta. Unha situación de incerteza plasmada sobre todo na verdadeira dimensión da crise, non hai maneira de definir con precisión cales serán os seus efectos (Delgado del Castillo, 2020). Eso si, podemos afirmar que a recuperación será lenta. A recuperación da actividade turística achegarase máis á forma de U (crecemento progresivo) que de V (rebote rápido), sobre todo no que ao turismo

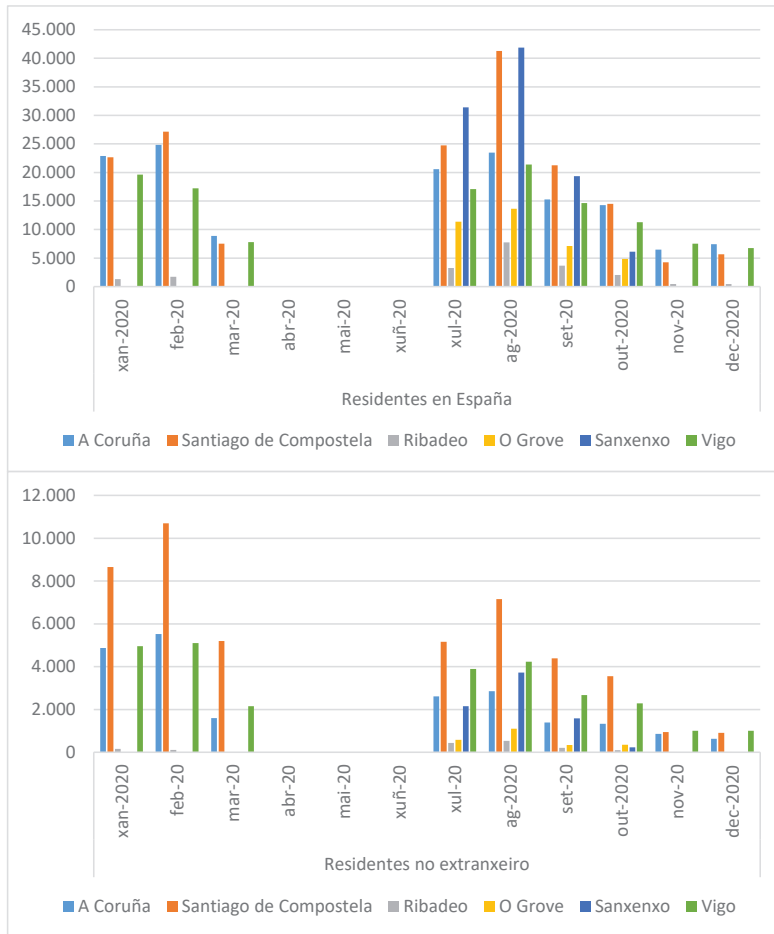
internacional se refire, tanto pola situación (sanitaria e económica) dos principais destinos emisores como pola prudencia á hora de dismantelar os controis establecidos (Vargas Sánchez, 2020). De feito, en xullo de 2020, moitos países entraron nunha nova fase na loita contra o virus. Trátase dunha tarefa complexa e difícil. Atopámonos ante un escenario complexo onde a evolución dos datos é impredecible. Ademais de medidas para conter a súa propagación, os gobernos dos países do mundo tamén están a adoptar medidas inmediatas de apoio ao sector do turismo, de recuperación. Entre elas figuran as consideracións sobre o levantamento das restricións a viaxar, o restablecemento da confianza dos viaxeiros e a reconsideración do sector turístico para o futuro. As restricións a viaxar espérase que se levanten só gradualmente, coa posibilidade de reverter no caso de que se produzan novos gromos. Os protocolos de saúde establecidos determinan que as empresas operarán a unha capacidade limitada baixo novos procedementos operativos en ausencia dunha vacina. A recuperación polo lado da demanda tamén levará algún tempo, dadas as consecuencias interrelacionadas da crise económica e sanitaria, e o levantamento progresivo das restricións a viaxar, mentres que a confianza dos consumidores e o comportamento en materia de viaxes veranse máis profundamente afectados canto máis se prolongue a pandemia (OCDE, 2020). Tamén debemos contemplar posibles cambios a longo prazo no comportamento da demanda como resultado da crise da COVID-19. Espérase que a crise teña un impacto permanente no comportamento dos consumidores, acelerando o uso do on-line, unha maior énfase na hixiene e na vida saudable, e un maior uso de métodos de pago sen efectivo e sen contacto²³. Outra cuestión será como afectará á hospitalidade das comunidades locais dos destinos turísticos ante o perigo de que os fluxos turísticos convértanse nun vector para a propagación do virus. De feito, pode provocar un rexeitamento a súa chegada polas comunidades locais debido á sospeita de que poden traer o virus e exercer presión sobre os servizos de saúde. Houbo algunha evidencia disto nos destinos galegos ante a posible chegada de turistas de orixe madrileña. Doutra banda, as comunidades locais dos destinos que antes da crise estaban a experimentar problemas de *overtourism* recuperaron os seus espazos públicos emblemáticos sobrefrecuentados pola demanda turística. No caso galego, o futuro do sector turístico está vinculado non só ás decisións que tome a Xunta de Galicia, se non a aquelas que o propio Goberno do Estado e os gobernos dos principais mercados de turistas tomen en materia de mobilidade, á vez que aos resultados

²³Véxase: <https://www.euromonitor.com/the-impact-of-coronavirus-on-the-global-economy/report>

económicos que eses países manteñan durante este proceso que afectarán directamente á capacidade de gasto dos seus residentes. Os impactos da COVID-19 no turismo a medio e longo prazo variarán en intensidade entre os destinos e produtos turísticos ofertados en España e en Galicia. O fin do confinamento mentres o virus aínda está a circular, supuxo a adopción de medidas e accións políticas coordinadas a nivel local, nacional e internacional, co fin de protexer ás persoas, á vez que se minimizan as perdas de emprego e os peches de empresas a curto e longo prazo. As medidas de resposta tomadas polas administracións centráronse basicamente en cuestións de saúde pública, aínda que tamén implementaron accións encamiñadas a mitigar o impacto económico do coronavirus nas empresas e os traballadores. A maioría delas adoptaron a forma de paquetes de estímulo para toda a economía, que a miúdo inclúen algunhas inxeccións de liquidez e alivio fiscal co obxectivo de facer fronte aos efectos inmediatos no sector e facilitar a súa recuperación (OCDE, 2020).

En calquera caso, a curto prazo, o mercado nacional constituirá a principal oportunidade de impulsar a recuperación do sector turístico. A demanda nacional do turismo en Galicia é significativa e representa, segundo datos do IGE para o ano 2018, o 72.93% do fluxo turístico total. Agora ben, os fluxos turísticos nacionais tamén se viron moi afectados polas restricións á circulación de persoas, pero espérase que se recuperen máis rapidamente. Con todo, cremos que o turismo nacional non poderá compensar a diminución das correntes turísticas internacionais. De feito, estímase que os efectos da pandemia no sector turístico galego serán asimétricos e moi localizados xeograficamente, con algúns destinos máis expostos que outros (Figura 5). En particular, destinos como Santiago de Compostela que dependen en gran medida dos mercados internacionais serán máis vulnerables (Figura 6). En cambio, é probable que os destinos de sol e praia como Sanxenxo, nos que o turismo nacional representa unha parte importante da demanda turística, se recuperen máis rapidamente (Figura 7). Por tanto, podemos soste que o impacto económico a nivel de destino dependerá dunha serie de factores, entre eles a tipoloxía da oferta turística, o efecto das restricións a viaxar nos fluxos de visitantes, a velocidade coa que a economía se recupere nos principais mercados de orixe, o tamaño do mercado turístico nacional e a exposición aos mercados de orixe internacionaise a relevancia do turismo na economía local.

Figura 5. Evolución mensual de viaxeiros en establecementos hostaleiros na Coruña, Santiago de Compostela, Ribadeo, O Grove, Sanxenxo e Vigo. Período 2020. Número viaxeiros: Residentes en España e no estranxeiro



Fonte: Elaboración propia. Datos EOH (Enquisa de Ocupación Hostaleira), INE.

Figura 6. Aspecto da Rúa do Franco (Santiago de Compostela) o 15 de xuño de 2020. Obsérvanse aos establecementos de restauración pechados e a falta da habitual concentración de turistas



Fonte: Elaboración propia.

Figura 7.- Panorámica da Praia de Silgar (Sanxenxo) en xullo de 2020. Apréciase a relativa afluencia de bañistas e as delimitacións establecidas pola Administración Municipal dentro da praia para gardar a distancia de seguridade e evitar contaxios pola COVID-19



Fonte: Elaboración propia.

Con todo, a reapertura e reconstrución dos destinos esixirá un enfoque conxunto. As empresas e os traballadores do turismo están a beneficiarse de paquetes de estímulo económico de carácter xeral, e moitos gobernos tamén están a introducir medidas específicas para o turismo. Segundo organizacións internacionais sería conveniente (OCDE, 2020):

- ✓ Levantar as restricións a viaxar e traballar coas empresas para acceder a apoios de liquidez, aplicar novos protocolos de saúde para viaxes seguras e axudar a diversificar os seus mercados. A coordinación dentro dos países e entre eles será fundamental para garantir que se atendan as necesidades sanitarias.
- ✓ Restaurar a confianza dos viaxeiros e estimular a demanda con novas etiquetas seguras e limpas para o sector, aplicacións de información para os visitantes e campañas de promoción do turismo nacional. Os viaxeiros deberán ter confianza na seguridade de viaxar, e os gobernos colaborarán co sector privado para establecer novas normas en termos de seguridade, hixiene, probas e procedementos²⁴. Os axentes tanto públicos como privados do sector foron activos ao propoñer normas e protocolos operativos, que procuran protexer aos traballadores, restaurar a confianza dos viaxeiros, garantir o distanciamento social e establecer normas de limpeza e hixiene necesarias. Nesta dirección, a WTTC presentou novos protocolos globais para reiniciar o turismo, chamados "Viaxes Seguras"²⁵. Do mesmo xeito, os gobernos deberán tomar medidas para garantir que as comunidades locais de destino confíen en que os beneficios asociados ao regreso dos visitantes superen calquera preocupación sobre os posibles riscos para a saúde.
- ✓ Preparar plans integrais de recuperación turística, reconstruír destinos, fomentar a innovación e o investimento, e repensar o sector turístico. Tamén debemos ser conscientes das repercusións a longo prazo da crise no sector e da necesidade dunha transformación estrutural. Tras as actuacións implementadas para paliar a crise, a transición ecolóxica e a transformación dixital seguirán sendo dous retos a afrontar. Os destinos turísticos tamén deberán axustar a súa oferta para responder a potenciais cambios nos hábitos de viaxe dentro da demanda. A pandemia ofrece unha oportunidade para o desenvolvemento da dixitalización do sector turístico. A crise da COVID-19 está a acelerar a transformación dixital. Están a desenvolverse solucións para crear experiencias turísticas e/ou turísticas virtuais en vivo e a distancia, como é o caso de varios museos que están a abrir as súas portas a turistas de todo o mundo, nun esforzo por apoiar a aqueles que experimentan longos períodos de distanciamento social. O paso ao dixital tamén está a cambiar as

²⁴ Nesta dirección van encamiñadas as directrices e recomendacións realizadas polo Instituto para a Calidade Turística Española para os diferentes subsectores turísticos:
<https://www.calidadturistica hoy.es/ESP/m/7/1391/general/Certificacion/Guias-para-la-reduccion-del-contagio-por-el-coronavirus-SARSCoV-2-en-el-sector-turistico>

²⁵ Véxase: <https://wtcc.org/News-Article/WTTC-unveils-Safe-Travels-new-global-protocols-to-restart-the-Travel-Tourism-sector>

tendencias do traballo no sector. Neste sentido, o uso de robots autónomos para limpar ou realizar actividades na hostelería tamén pode ser máis frecuente.

Estas accións son esenciais, pero para reabrir con éxito a economía turística e poñer en marcha as empresas, o sector turístico e os gobernos deberían seguir reforzando os seus mecanismos de coordinación para apoiar ás empresas, especialmente ás máis pequenas, e aos traballadores. Debe prestarse especial atención tamén aos destinos máis sensibles/vulnerables na fase de recuperación con respostas adaptadas ás súas particularidades. Finalmente, os gobernos tamén deben considerar as consecuencias a longo prazo da crise, promovendo a transformación estrutural necesaria para construír unha economía turística máis forte, sostible e resiliente. A crise debe enfocarse como unha oportunidade para repensar o turismo para o futuro.

2. ANÁLISE DAS ACTUACIÓNS DESENVOLVIDAS DESDE AS ADMINISTRACIÓNS PÚBLICAS FRONTE Á PANDEMIA DA COVID-19

As Administracións Públicas estanse enfrontando a unha crise sanitaria global que se estendeu a unha gran velocidade. A recuperación económica da crise orixinada pola COVID-19, tanto en España como en Galicia, dependerá en gran medida de como as AA.PP. a xestionen. Contrarrestar os efectos socioeconómicos do brote da COVID-19 esixe medidas oportunas e coordinadas. Unha actuación que tamén requirirá un apoio rápido e flexible para investir onde máis se necesite en cada momento. Neste apartado, imos analizar as actuacións levadas a cabo ao longo do ano 2020 desde as diferentes AA.PP. co obxectivo de paliar os efectos negativos da crise orixinada pola pandemia da COVID-19 no sector turístico galego.

2.1. A estratexia desenvolvida pola Unión Europea

As medidas adoptadas dentro da UE foron medidas rápidas e xeneralizadas enfocadas a amortecer o golpe. Unhas decisións que obviaron obxectivos a longo prazo para centrarse na xestión a curto prazo da crise. Dentro da estratexia de actuación desenvolvida pola UE, imos centrarnos naquelas con especial transcendencia no sector turístico europeo.

As principais accións que tomou a UE no ámbito económico foron as seguintes:

- ✓ A creación o 21 de xullo do 2020 polo Consello Europeo dun fondo extraordinario de recuperación de 750.000 millóns de euros, denominado Next Generation EU, destinado a financiar un paquete de medidas de recuperación que darán prioridade ao investimento na transición dixital e ecolóxica. Tamén procedeu á aprobación

dun orzamento da UE para o período 2021-2027 (1,074 billóns de euros). Un acordo do Consello Europeo que supón para España un financiamento de ata 140.000 millóns de euros en transferencias e créditos nos próximos seis anos, un 11% do PIB de 2019.

- ✓ A presentación dun paquete de axuda por un importe de 540.000 millóns euros, destinado aos traballadores e ás empresas dos estados membros.
- ✓ A habilitación polo Banco Central Europeo dunha cantidade adicional de 1.350.000 millóns de euros para a compra de bonos de axuda aos gobernos durante a crise.

A Comisión Europea flexibilizou ao máximo as normas orzamentarias da UE, revisou as súas normas en materia de axudas estatais e estableceu unha Iniciativa de Investimento en Resposta ao Coronavirus, dotada con 37.000 millóns de euros, para proporcionar liquidez ás pequenas empresas e ao sector da asistencia sanitaria. Ademais, a Comisión puxo en marcha unha nova iniciativa denominada SURE (Instrumento Europeo de Apoio Temporal para Atenuar os Riscos de Desemprego nunha Emerxencia) cara a conservar postos de traballo e apoiar ás familias, dotado con 100.000 millóns de euros.

A UE acordou o 21 de xullo de 2020 un *Plan de Recuperación para Europa*²⁶ para o período 2021-2027, concibido para reparar o dano económico e social causado pola pandemia do coronavirus. O obxectivo básico é camiñar cara a unha Europa máis ecolóxica, dixital e resiliente. Máis do 50 % do importe apoiará a modernización a través de:

- ✓ Investigación e innovación, a través de Horizon Europe.
- ✓ Transicións climáticas e dixitais xustas, a través do Fondo de Transición Xusta e do Programa Europa Dixital.
- ✓ Preparación, recuperación e resiliencia, a través do Mecanismo de Recuperación e Resiliencia, rescEU e un novo programa de saúde, EU4 Health.

O 30 % dos fondos da UE dedicárase á loita contra o cambio climático. O paquete tamén presta especial atención á protección da biodiversidade e a igualdade de xénero.

O *Instrumento de Apoio de Emerxencia* (EIE)²⁷ activouse o 20 de abril de 2020 para axudar aos países da UE para facer fronte á pandemia do coronavirus. Asignáronse 2.700 millóns de euros para apoiar aos estados membros da UE nas fases inmediatas de resposta, saída e recuperación da pandemia. Este instrumento permite que os fondos se dirixan a

²⁶ Véxase: https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es

²⁷ Esta ferramenta de actuación permite á Unión Europea apoiar aos seus Estados membros cando unha crise alcanza unha escala de impacto excepcional. Véxase: https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/emergency-support-instrument_en

ámbitos como a loxística, as subministracións médicas, as probas, as vacinas, o tratamento, a axuda de emerxencia e as instalacións e o persoal de atención da saúde.

O Consello de Goberno do Banco Central Europeo puxo en funcionamento un programa de compras de emerxencia fronte á pandemia, cunha dotación de 870.000 millóns de euros ata finais de ano. Un programa que se destinará basicamente a préstamos ponte, aprazamentos de créditos e outras medidas orientadas a aliviar as dificultades de liquidez e de capital circulante para as pemes e as empresas de mediana capitalización.

No ámbito do apoio ao sector turístico, a UE propuxo unha serie de documentos de orientación para garantir unha reapertura gradual e coordinada das instalacións e dos servizos turísticos tan pronto como o aconselle a situación sanitaria, respectando a protección da saúde dos viaxeiros e dos traballadores do sector turístico europeo.

As orientacións para os turistas e viaxeiros son:

- ✓ Reapertura segura de fronteiras e restablecemento da libre circulación sen restricións²⁸.
- ✓ Restablecemento progresivo dos servizos de transporte e a conectividade de maneira coordinada.
- ✓ Implantación de protocolos de saúde e seguridade adecuados para os servizos turísticos.
- ✓ Utilización das tecnoloxías dixitais para planificar as viaxes²⁹.
- ✓ Protección dos dereitos dos consumidores fronte a cancelación de viaxes contratadas.

As orientacións para as empresas turísticas son:

- ✓ Dotación de liquidez para as empresas turísticas, e en particular para as pemes, mediante bonos como alternativa atractiva e segura ao reembolso en efectivo, ao obxecto de prestar apoio ás empresas e garantir que se atendan as solicitudes de reembolso por mor da pandemia de coronavirus³⁰.

²⁸ O 15 de xuño, a Comisión lanzou a Rede Europea Aberta (Re-open EU), unha plataforma web interactiva que contén información esencial para un relanzamento seguro da libre circulación e o turismo en toda Europa (<https://reopen.europa.eu/es>). Esta ferramenta ofrece unha visión xeral da situación sanitaria nos países europeos, baseada en datos do Centro Europeo para a Prevención e o Control das Enfermidades (ECDC). A plataforma proporciona información que permite seguir a evolución da situación do coronavirus dentro dos diferentes países da UE. Información que debería axudar a planificar a viaxe á demanda potencial turística por Europa.

²⁹ Nesta dirección, a Comisión e os estados membros seguirán desenvolvendo o marco europeo de interoperabilidade para as aplicacións móbiles en apoio do rastrexo de contactos. Doutra banda, a Comisión creará un sitio web específico cun mapa que combinará información en tempo real sobre o turismo.

³⁰ RECOMENDACIÓN (UE) 2020/648 DA COMISIÓN do 13 de maio de 2020 relativa aos bonos ofrecidos aos pasaxeiros e aos viaxeiros como alternativa ao reembolso de viaxes combinadas e servizos de transporte cancelados no contexto da pandemia de COVID-19.

Dispoñible en: <https://www.boe.es/doue/2020/151/L00010-00016.pdf>

- ✓ A defensa dos postos de traballo con ata 100.000 millóns de euros de axuda financeira procedentes do programa SURE³¹.
- ✓ Promoción do turismo de proximidade e Europa como destino turístico seguro³².
- ✓ Apoio financeiro a través da Iniciativa de Investimento en Resposta ao Coronavirus, préstamos do FEI e normas flexibles sobre axudas estatais³³.

2.2. Principais iniciativas implementadas desde o Goberno de España: O “Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia” e o “Plan de Impulso para o sector turístico”

O *Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia*³⁴ constitúe unha serie de actuacións concibidas co fin de lograr modernizar a economía española, a recuperación do crecemento económico e a creación de emprego. Unha planificación que quere dar continuidade ao Plan de Choque e ao Plan de Reactivación postos en marcha anteriormente polo Goberno de España. O Plan financiarase cos 140.000 millóns de euros previstos para España dentro do xa mencionado fondo de recuperación europeo Next Generation EU, dos cales ao redor de 72.000 millóns desembolsaranse en forma de transferencias e o resto a través de préstamos. O Plan está estruturado en catro eixos de carácter transversal (transición ecolóxica, transformación dixital, igualdade de xénero e cohesión social e territorial) e en dez áreas básicas de actuación. Unhas áreas de actuación cualificadas dentro do Plan como de políticas urxentes con alta capacidade de arrastre sobre a actividade e o emprego para a modernización da nosa economía e sociedade.

³¹ Un instrumento de axuda aos estados membros a cubrir os custos dos réximes nacionais de redución do tempo de traballo e outras medidas similares destinadas a salvagardar os postos de traballo nas empresas. Unha prioridade crave para a Comisión é apoiar os acordos entre os servizos de emprego, os interlocutores sociais e as empresas para facilitar a reciclaxe profesional, especialmente para os mozos e os traballadores de tempada. O Consello da UE concedeulle a España un total de 31.300 millóns de euros co fin de axudar a protexer o emprego e aos traballadores afectados pola pandemia do coronavirus.

³² Nesta dirección, a Comisión postula entre outras actuacións:

- ✓ Organización dun sistema de bonos de patrocinio e creación dunha plataforma dixital de provedores do sector turístico.
- ✓ Impulsar a transición cara a un modelo máis sostible de turismo costeiro e marítimo, e apoiar o agroturismo como modelo sostible de turismo nas zonas rurais.
- ✓ Seguir desenvolvendo Europeana (<https://www.europeana.eu/es>), a plataforma europea do patrimonio cultural dixital. Na aplicación web complementaria Cultural gems (<https://culturalgems.jrc.ec.europa.eu/>), púxose en marcha unha campaña de cidadáns embaixadores, co fin de apoiar o turismo de proximidade.
- ✓ Apoio ao intercambio de información e promover a diversidade de paisaxes, culturas e experiencias de Europa, como son as Capitais Europeas do Turismo Intelixente (<https://smarttourismcapital.eu/>) e os Destinos Europeos de Excelencia (EDEN); (https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden/destinations_es).
- ✓ Promover o turismo sostible en consonancia co Pacto Verde Europeo e fomentar a transformación dixital dos servizos turísticos. Unha recuperación sostible require un transporte máis sostible, unha mellor conectividade, unha xestión intelixente dos fluxos turísticos, a diversificación da oferta turística, a capacitación na sustentabilidade dos profesionais do turismo e a sensibilización sobre a variedade de paisaxes e a diversidade cultural de toda Europa. Ademais, impulsará campañas de comunicación paneuropeas para promover Europa como destino turístico.

³³ O 20 de outubro, o Grupo do Banco Europeo de Investimentos (BEI) e o Banco Santander acordaron un financiamento de 900 millóns de euros en condicións favorables para as PEMES españolas afectadas pola crise do coronavirus. O financiamento centrarase especificamente nos investimentos en innovación, dixitalización e mitigación do cambio climático e adaptación ao mesmo. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1951

³⁴ Véxase: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2020/07102020_PlanRecuperacion.pdf

Estes vectores de actuación son os seguintes³⁵ (Táboa 1):

1. Axenda urbana e rural e loita contra o despoboamento.
2. Infraestruturas e ecosistemas resilientes.
3. Transición enerxética xusta e inclusiva.
4. Administración para o século XXI.
5. Modernización e dixitalización do tecido industrial e da peme, recuperación do turismo e impulso a unha España Nación Emprendedora.
6. Pacto pola ciencia e a innovación; reforzo da capacidade do Sistema Nacional de Saúde.
7. Educación e coñecemento, formación continua e desenvolvemento de capacidades.
8. Nova economía dos cuidados e políticas de emprego.
9. Impulso da industria, da cultura e o deporte.
10. Modernización do sistema fiscal para un crecemento sostible e inclusivo.

A pesar de ser conscientes da transcendencia indirecta no sector turístico de todos os vectores de actuación expostos dentro do Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia imos centrarnos no quinto pola especial significación do seu enfoque (Modernización e dixitalización do tecido industrial e da peme, recuperación do turismo e impulso a unha España nación emprendedora). Neste punto, o Plan afirma que “(...) o turismo é un sector que xoga un papel crucial na nosa economía. (...), xera importantes efectos tractores sobre outros sectores, polo que o seu efecto total sobre a actividade económica e o emprego é aínda maior. O turismo sostible, ademais, debe servir para impulsar a transición ecolóxica e servir de tractor para potenciar a economía local de maneira sostible”. E expón como liña de acción un “Plan de modernización e competitividade do sector turístico, co fin de fomentar a resiliencia, sustentabilidade, a diversificación e o valor engadido deste sector tractor da economía no conxunto do territorio nacional, con especial atención a Baleares e Canarias e ao turismo en zonas despoboadas”.

³⁵ Os dez vectores de actuación compóñense á súa vez dun total de trinta liñas de acción. E para cada unha destas liñas de acción fíxanse metas e fitos intermedios, os resultados esperados e o número de beneficiarios, así como o custo estimado.

Táboa 1. Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia. Distribución de fondos por áreas de actuación. Período 2021-2023

AREA DE ACTUACIÓN ¹		%
1	Axenda Urbana e Rural, loita contra o despoboamento e desenvolvemento da agricultura	16,0
2	Infraestruturas e ecosistemas resilientes	12,2
3	Transición Enerxética Xusta e Inclusiva	8,9
4	Unha Administración para o Século XXI	5,0
5	Modernización e dixitalización do tecido industrial e da peme, recuperación do Turismo e impulso a unha España nación emprendedora	17,1
6	Pacto pola Ciencia e a Innovación. Reforzo ás capacidades do Sistema Nacional de Saúde (SNS)	16,5
7	Educación e coñecemento, formación continua e desenvolvemento de capacidades	17,6
8	Nova economía dos coidados e políticas de emprego	5,7
9	Impulso da Industria da Cultura e o Deporte	1,1
10	Modernización do sistema fiscal para un crecemento inclusivo e sostible	-
TOTAL		100

Fonte: Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia. Presidencia de Goberno, Goberno de España (2020)³⁶. ¹Estas porcentaxes inclúen os fondos do Mecanismo de Recuperación e Resiliencia e os de REACT EU.

“Plan de Impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible”, presentado o 18 de xullo 2020, pretende posibilitar a recuperación do sector turístico ante os efectos da pandemia da COVID-19. Un plan que pretende realizar unha aposta decidida no sector turístico como un elemento estratéxico do modelo produtivo español. O Plan está dotado dunhas medidas que se integran na estratexia europea de recuperación, circunstancia que posibilita o seu reforzo coas accións e cos instrumentos financeiros que se desenvolvan a nivel da UE. O Plan está dotado con 4.262 millóns de euros e consta de cinco liñas de actuación que se articulan en 28 medidas. A dotación económica do Plan distribúese da seguinte maneira entre as distintas liñas (Táboa 2):

³⁶ Véxase: <https://planderecuperacion.gob.es/>

Táboa 2. Plan de Impulso del sector turístico: Hacia um turismo seguro y sostenible

Recuperar a confianza no destino: por un destino 360º seguro	200.000 €
Medidas para a reactivación do sector	3.362.353.840 €
Mellora da competitividade do destino turístico	859.000.000 €
Mellora do modelo de coñecemento e intelixencia turística	3.100.000 €
Marketing e promoción	38.100.000 €
TOTAL	4.262.753.840 €

Fonte: “Plan de Impulso del sector turístico: Hacia un turismo seguro y sostenible”, Gobierno de España (2020)³⁷.

A confianza na seguridade do destino turístico é un elemento cruce para captar fluxos de demanda turística. A recuperación da confianza implica asegurarse de que todos os compoñentes da cadea de valor do sector turístico implementen medidas hixiénico-sanitarias. A tal fin, o Plan destinou 200.000 euros na elaboración de 21 guías de especificacións para previr o contaxio polo coronavirus SARS- CoV-2³⁸. Unhas guías que inclúen medidas de desinfección dos espazos e demais condicións de limpeza, aforo e distancia social promovidas polo sector e visadas polas autoridades sanitarias. Como complemento a estas guías, prevéase a creación dun selo (Safe Tourism) que permita dar publicidade aos establecementos que cumpran coas indicacións establecidas nas guías³⁹. Un distintivo único que posibilite a España situarse como destino turístico seguro dentro dos mercados nacional e internacional. Noutra orde, traballouse na elaboración de proxectos piloto de apertura do país ao turismo internacional, a través de corredores turísticos seguros.

Dentro da segunda liña de actuación: Medidas para a reactivación do sector; o Plan ten previsto destinar 3.362 millóns de euros en medidas laborais, programas de formación e capacitación no sector e liquidez e solvencia empresarial, e medidas de estímulo da demanda de viaxes. Dentro das medidas laborais, inclúense as adoptadas con antelación polo Goberno de España, destacando a relevancia dos Expedientes de Regulación Temporal de Emprego (ERTE) como actuación que permitiu conter de maneira significativa a destrución de emprego e tecido empresarial. Doutra banda, establécese un mecanismo que posibilita outorgar un período de moratoria dun máximo de 12 meses para aquelas operacións financeiras con garantía hipotecaria, subscritas por autónomos

³⁷ Véxase: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf

³⁸ Véxase: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - Guías para la Reducción del Contagio (mincotur.gob.es)

³⁹ Este selo está actualmente dispoñible e foi desenvolto polo Instituto para a Calidade Turística Española. <https://ipyc.net/normalizacion-certificacion/turismo/certificado-icte-safe-tourism-certified-frente-al-covid-19.html>

ou empresas cuxo inmoible se atopa afecto a unha actividade do sector turístico, incluídos aloxamentos. Dentro deste Plan, Aena aprobou un incentivo comercial co obxectivo de contribuír a unha rápida recuperación do tráfico aéreo en España. Desta forma, cada compañía recibirá un desconto na tarifa media mensual de aterraxe para todas aquelas operacións mensuais na rede de AENA que superen os niveis fixados: un 75% de desconto, para o número de operacións situado entre o limiar inferior e o limiar superior e un 100% de desconto, para o número de operacións que supere o limiar superior.

Noutra orde, cremos que debemos facer fincapé na mención que se fai dentro da planificación ao impulso da formación continua, a capacitación e o mentoring como estratexias esenciais para manter a competitividade do sector. Eses programas centraranse no ámbito da seguridade e da hixiene contra a COVID-19, sen obviar a recualificación profesional. Nesta dirección, dentro do Plan Anfitrións de Turismo recollido no Plan do Turismo Español Horizonte 2020 aumentaranse o número de cursos e prazas ofertados. Proponse ademais a creación dun programa específico de formación denominado “SCTE Destino Seguro”. Finalmente, debemos resaltar o proxecto desenvolvido por FUNDAE (Fundación Estatal para a Formación no Emprego) para a creación dunha Tarxeta de Competencias Profesionais en Hostalería e Turismo (TPHT) co fin último de mellorar a capacitación do capital humano empregado dentro do sector turístico.

O eixo “Medidas para a mellora da Competitividade do Destino Turístico” mantén a liña de traballo que se pretende abordar na próxima Estratexia de Turismo Sostible de España 2030 no tocante á necesaria transformación competitiva do sector. Este eixo de mellora da competitividade do destino turístico está dotado con 859 millóns de euros. En concreto, o Fondo Financeiro do Estado para a Competitividade Turística (FOCIT) apoiará, mediante préstamos, os proxectos que desenvolvan as empresas turísticas orientados á mellora da competitividade e a acelerar a transformación do sector cara a un modelo máis sostible, en especial aqueles relacionados co uso de enerxías renovables, uso eficiente dos recursos, reutilización da auga e reciclado de residuos, transporte sostible, ou a dixitalización, a innovación e a modernización dos servizos. este eixo contempla medidas centradas no financiamento de proxectos para a internacionalización do sector turístico e plans de sustentabilidade turística. Consideramos de especial relevancia, o impulso que se pretende dar á Rede de Destinos Intelixentes. Unha Rede sustentada sobre a Metodoloxía de Destinos Turísticos Intelixentes desenvolto pola Secretaría de Estado de Turismo, a través de SEGITTUR.

A crise da pandemia da COVID-19 puxo de manifesto a necesidade de contar, máis que nunca, con indicadores, datos e información a tempo real para poder prever escenarios e comportamentos e implementar, no seu caso, as políticas públicas adecuadas. Neste contexto, dentro da medida: “Mellora do modelo de coñecemento e intelixencia turística” é fundamental o redeseño do vixente sistema de coñecemento e intelixencia turística de España, tendo en consideración as necesidades de información das CCAA. e do sector turístico. Ese novo modelo de Sistema de Información Turística (SIT) debe contemplar a análise da demanda internacional mediante o reforzo da información de mercado, a análise das variables turísticas e a súa evolución, e a creación dun novo modelo turístico. Para impulsar estas liñas de traballo debuxadas desde Turespaña e SEGITTUR, o Plan expón a creación dun novo Observatorio de Intelixencia Turística que contará con indicadores, datos e información a tempo real para poder prever tendencias dentro do mercado turístico e adoptar, en consecuencia, liñas de actuación adecuadas.

O quinto eixo, “Márketing e promoción”, está dirixido a utilizar ferramentas de márketing e promoción para posicionar a España como un destino seguro e sostible, tanto fronte ao turismo nacional como internacional. A promoción enfocarase primeiro no mercado doméstico, e logo en mercados próximos e mercados emisores de proximidade, impulsando a utilización de ferramentas de comercialización en liña.

A reactivación dos mercados centrarase nas accións a curto prazo que a rede de Consellerías de Turismo no exterior poñerá en marcha para reactivar de forma rápida o turismo internacional cara a España. Pero, ademais, vai traballar nunha estratexia de promoción turística forte a medio e longo prazo, a través do Plan de Marketing 2020-2024.

En definitiva, o Plan de Impulso ao Turismo nas súas liñas mestras está enfocado na dirección correcta. Agora ben, adoece que non concrete medidas necesarias de reactivación para apoiar o tecido empresarial do sector turístico a curto prazo. Un colectivo afectado por graves problemas de viabilidade económica ante a caída abrupta de ingresos e a persistencia dos custos de funcionamento. Nesta dirección, segundo a Alianza para a Excelencia Turística (Exceltur), bótanse en falta o anuncio de medidas ou recursos potentes para asegurar liquidez. Esta institución tamén sostén que o Plan non contempla incentivos como transferencias de carácter directo, ou redución/exoneración de impostos como o IVE. Tampouco incorpora mecanismos alternativos aos bonos trocables, para evitar a descapitalización de empresas turísticas, que teñen que devolver adiantos de consumidores. Noutra orde, o documento tampouco contempla medidas para incentivar a curto prazo o consumo turístico interno; así como, acordos de carácter bilateral (corredores) ou xerais a

nivel UE, para axilizar e asegurar coas cautelas sanitarias precisas, fluxos turísticos de mercados internacionais claves europeos.

Táboa 3. Plan de impulso do sector turístico: Cara a un turismo seguro e sostible. Eixos e medidas (organismo responsable, presuposto e temporalidade)

	Responsable	Presuposto (€)	Data
Eixo 1.-Recuperar a confianza no destino: por un destino 360º seguro			
Guías para a redución do contaxio no sector turístico	MINCOTUR e Ministerio de Cultura e Deportes	200.000	2020
Medidas para adaptar o transporte público como medio seguro	MITMA	--	2020
Selo "Safe Tourism"	MINCOTUR	--	2020
Programa piloto para o establecemento de "corredores turísticos seguros"	MINCOTUR, MITMA e Ministerio de Sanidade	--	2020
Eixo 2.- Medidas para a reactivación do sector			
Medidas laborais	Ministerio de Traballo e Economía Social e Ministerio de Inclusión, Migracións e Seguridade Social		2020
Programa de formación, capacitación e mentoring para o sector turístico	FUNDAE e Ministerio de Educación e Formación Profesional, MINCOTUR	106.353.840	2020-21
Liquidez e solvencia empresarial	ICO e AENA	3.256.000.000	2020-21
Eixo 3.- Mellora da competitividade do destino turístico			
Fondo Financeiro do Estado para a Competitividade Turística (FOCIT)	MINCOTUR	515.000.000	2020
Financiación de proxectos para a dixitalización, innovación e internacionalización do sector turístico	MINCOTUR	216.000.000	2020-21
Programa de Plans de Sostenibilidade Turística en Destinos	MINCOTUR	53.000.000	2020-22
Reforzar a Rede de Destinos Turísticos Intelixentes	MINCOTUR, Red.es	75.000.000	2020-23
Programa "Hoteis Xustos Laboralmente Responsables"	MINCOTUR, Universidad de Málaga e axentes sociais	--	--
Eixo 4.- Mellora do modelo de coñecemento integral-Novo Observatorio de Intelixencia Turística			
Análise da demanda internacional mediante o reforzo na información dos mercados	MINCOTUR	1.600.000	2020
Reforzo do Sistema de Intelixencia Turística (SIT) para a análise da demanda e oferta turísticas nacionais	MINCOTUR/MIAETD	1.500.000	2020
Creación dun Visor de Datos de Turismo	MINCOTUR	--	2020
Eixo 5.- Márketing e promoción			
Plan de Márketing 2020-2024 TURESPAÑA	MINCOTUR	33.300.000	2020-24
Mellora de ferramentas promoción e márketing	MINCOTUR	4.800.000	2020-21

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

2.3. Principais instrumentos de planificación sectorial para facer fronte á crise orixinada pola pandemia COVID-19 desenvoltoas polas CC AA.

En Andalucía púxose en funcionamento o *Plan de choque en materia de Turismo*⁴⁰, que recolle dúas grandes estratexias:

- ✓ Mantemento, rehabilitación e reactivación do sector. Esta estratexia contempla as seguintes medidas: incentivos fiscais e incentivos para a contratación, plans de financiamento e liquidez para empresas, apoio a través de avais públicos, aprazamento de impostos, unha liña específica para hoteis refuxio e o compromiso de non crear taxas turísticas.
- ✓ Preservación e potenciación da marca Andalucía onde se contempla a reactivación do turismo de proximidade, tanto andaluz como do resto de España (cun investimento de tres millóns en promoción e comunicación), campañas en medios de comunicación e redes sociais (4,4 millóns de euros), participación en eventos turísticos internacionais (1,4 millóns) e reforzo de alianzas con operadores turísticos e compañías aéreas.

O Plan inclúe tamén o desenvolvemento de produtos como a Tarxeta Cultural, para apoiar a fidelización do viaxeiro. Ademais, expuxéronse plans de formación e investigación (Andalucía Lab) e Foros de Intercambio de Coñecemento.

No ámbito legislativo, axilizaranse as iniciativas como os plans de grandes cidades ou as declaracións de Municipio Turístico e a aprobación dun novo decreto de clasificación hostaleira. Finalmente, entre outras medidas adicionais destaca a creación de bonos vacacionais.

Outras actuacións de interese implementadas pola Junta de Andalucía son as seguintes:

- ✓ *Bono Turístico Andaluz*: destinado a calquera persoa empadroada nun municipio de Andalucía que queira viaxar fóra do seu lugar de residencia. Pode contratar un mínimo de tres noites nun aloxamento que conte co distintivo ‘Andalucía Segura’, por medio dunha axencia de viaxes ou punto de venda que tamén dispoña do devandito distintivo. A axuda alcanza o 25% do importe da viaxe, cun máximo de 300 euros. A bonificación aumentará ata o 50% nos casos en que a persoa solicitante non tivese obrigación de declarar no exercicio fiscal do ano 2019 ou teña recoñecido un grao de discapacidade igual ou superior ao 33%.

⁴⁰Acuerdo de 8 de abril de 2020, del Consejo de Gobierno, por el que se insta a la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local a la elaboración de un Plan de Choque en materia de turismo con motivo del COVID-19. BOJA 09/04/2020. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/514/BOJA20-514-00186.pdf>

- ✓ *Plan de Playas Seguras*: dotado cun investimento de 34,5 millóns de euros. Destínanse 10,5 millóns para reforzar a seguridade, a limpeza e a dotación de infraestruturas do litoral andaluz e 24 millóns para contratar a 3.000 auxiliares de praias, que velarán pola seguridade dos visitantes e polo cumprimento das normas relacionadas coa COVID-19.
- ✓ *Andalucía Segura*⁴¹: é un distintivo ao que xa se sumaron máis de 300 empresas de hostalería e restauración. A inscrición efectúase no Rexistro de Actividades Turísticas (RTA). O proceso de verificación do cumprimento do distintivo turístico "Andalucía Segura" está a cargo dunha empresa independente da administración andaluza (Bureau Veritas).

A *Estrategia Aragonesa para la Recuperación Social y Económica*⁴² ante a pandemia recolle diversas medidas de carácter político, económico, social e ambiental de ámbito rexional: recuperación do territorio, das políticas públicas, da economía produtiva e do emprego. Entre as distintas medidas, a número 198 denomínase “Turismo, Hostelería y Comercio” e contempla: “impulsar un Plan de choque, para o sector turístico e comercial que, negociado e posto en marcha baixo a colaboración público-privada, estableza as liñas principais de actuación”. Dentro desta liña estratéxica de traballo tamén figuran subvencións a PEMES e autónomos⁴³.

O *Sello Turismo de Confianza*⁴⁴ desenvolto pola Comunidade de Castela e León certificará que o establecemento ou a actividade turística cumpre coas recomendacións establecidas polo Instituto para a Calidade Turística Española, para minimizar o risco de contaxio da enfermidade. A novidade é que este distintivo vai máis aló de dar unhas garantías ao "turista post-covid", nace con vocación de continuidade, e vai asociado á calidade e excelencia turística en termos de sustentabilidade, innovación e profesionalidade. Este selo poderano obter os establecementos, as actividades de intermediación turística, de turismo activo e outras actividades non vinculadas a un establecemento físico, así como guías de turismo, inscritos no Registro de Turismo de Castela e León. Outra diferenciación deste selo dentro do mercado é que o turista converterase en “validador” do selo e poderá comunicar as súas queixas e suxerencias

⁴¹ANDALUCÍA SEGURA: Guía práctica de recomendaciones dirigidas al sector turístico.

<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/GU%C3%8DA%20ANDALUC%C3%8DA%20SEGURA%20agosto%202020.pdf>

⁴² Véxase: <https://transparencia.aragon.es/sites/default/files/documents/estrategiaaragonesarecuperacionsocialeconomica.pdf>

⁴³Orden ICD/690/2020, de 21 de julio, por la que se aprueban las bases reguladoras y la convocatoria para la concesión de subvenciones a personas trabajadoras en régimen autónomo y pequeñas y medianas empresas del sector turístico aragonés afectadas por la crisis de la COVID-19 (Boletín Oficial de Aragón, de 3 de julio de 2020).

<http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1134615923131&type=pdf>

⁴⁴<https://www.turismocastillayleon.com/es/selloturismodeconfianza>

<https://www.turismocastillayleon.com/es/selloturismodeconfianza/manuales-sello-turismo-confianza>

respecto ás medidas de prevención e seguridade. Poderá facelo ben de forma privada ou a través dun sistema de código QR incorporado no selo, que conectará cunha sinxela enquisa. Aqueles establecementos dos que se reciban queixas por parte dos clientes recibirán a visita dun auditor especializado que avaliará a situación para o seu mantemento ou retirada.

O *Plan de Medidas Extraordinarias para la Recuperación Económica de Castilla-La Mancha con motivo de la crisis de la COVID-19*⁴⁵ contén accións de fomento da actividade económica, extraordinarias de liquidez e flexibilidade, dirixidas a aliviar os custos para as empresas e autónomos, así como axudas directas a fondo perdido. Estas medidas perseguen manter e impulsar a actividade económica en especial nos sectores máis afectados, como o turismo. O obxectivo fundamental é evitar que a paralización económica derivada dunha situación conxuntural orixinada pola COVID-19 teña un impacto de carácter estrutural que lastre a recuperación económica e social de Castela-A Mancha. Entre as distintas medidas contempladas, apuntamos as orientadas directamente ao sector turístico, recollidas na Liña 7 de actuación do Plan:

- ✓ Axudas a empresas turísticas para a recuperación da súa competitividade tras a paralización da súa actividade (1.550.000 €). Estas axudas están orientadas ao apoio de ideas que contribúan á mellora tecnolóxica e acheguen innovación⁴⁶.
- ✓ Campañas de promoción turística (3.000.000 €): fomento de viaxes e actividades dentro da rexión a través do Programa "Conece CLM", para impulsar o autoconsumo en materia turística. Entre as mesmas podemos mencionar: Plan específico de promoción en liña con motivo da crise da COVID-19, Plan de promoción internacional de proximidade (Portugal, Reino Unido e Alemaña), con motivo da crise da COVID-19 e o Plan de choque para a activación do sector MICE (eventos, congresos, incentivos e reunións) con motivo da crise da COVID-19.
- ✓ Formación on-line do sector turístico (5 accións/100.000 €): cursos en liña dirixidos a empresas e traballadores dedicados á hostalería e ao turismo en Castela-A Mancha, así como a técnicos de turismo de toda a rexión.

⁴⁵ Véxase: https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20200701/plan_de_medidas_extrordinarios_covid-19.pdf

⁴⁶ Orden 170/2020, de 21 de outubro, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas de apoyo a la modernización, innovación e incremento de la competitividad del sector turístico de Castilla-La Mancha como consecuencia de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. DOCM Núm. 222; 4 de noviembre de 2020. https://docm.castillalamancha.es/portaldocm/descargarArchivo.do?ruta=2020/11/04/pdf/2020_8761.pdf&tipo=rutaDocm

- ✓ Elaboración de plans de dinamización turística con entidades locais (500.000 €): Plan de choque para a reactivación de destinos turísticos maduros e potenciación de zonas turísticas rurais, con motivo da crise do COVID-19. Tamén inclúe a Modificación da Lei 8/1999, do 26 de maio, de ordenación do turismo de C- L.M e o impulso aos municipios turísticos a través da creación da figura de “Municipio Turístico”.
- ✓ Estímulos rexionais para a atracción de producións audiovisuais, con motivo da crise do COVID-19.
- ✓ Análise da Demanda Turística Efectiva baseado en Técnicas de Big Data. Esta medida supón a posta en marcha dun innovador proxecto de análise dos fluxos de demanda turística baseado na explotación de datos anonimizados de mobilidade da poboación obtidos por empresas de servizos de telefonía móbil.

O Goberno da Generalitat de Cataluña aprobou en xullo de 2020 un *Plan para la reactivación económica y protección social*⁴⁷ que recolle ata 20 grandes proxectos para dar unha resposta efectiva e transversal á crise derivada da COVID-19, e que fixa a estratexia de reconstrución cara os próximos anos. O plan cifra o custo total da recuperación en 31.765 millóns de euros (dos que se prevé investir 2.760 millóns de euros en 2020), e engloba tanto medidas vinculadas á xestión directa da crise como grandes actuacións de carácter estratéxico que se despregarán nun horizonte a medio e longo prazo. O Plan aborda a reconstrución de Cataluña ao redor de cinco eixos, dentro dos cales para o sector turístico teñen unha maior transcendencia:

- ✓ Eixo 2: Dixitalización. Inclúe os proxectos: Plan de Educación Dixital de Cataluña; Dixitalización dos sectores produtivos e competencias dixitais; Territorios, cidades intelixentes; e Tecnoloxías dixitais avanzadas.
- ✓ Eixo 4: Sociedade do coñecemento. Inclúe os proxectos: Investigación e fomento da innovación; Excelencia do sistema universitario; e Garantías ao dereito subjectivo da empregabilidade das persoas.
- ✓ Eixo 5: Actuacións transversais. Inclúe os proxectos: Internacionalización da economía; Igualdade de xénero; e Financiamento de proxectos estratéxicos.

O *Plan de Reactivación Turística de Extremadura*⁴⁸, aprobado polo Consejo extraordinario de Turismo o 7 de maio de 2020, recolle unha serie de medidas destinadas

⁴⁷Véxase: <https://web.gencat.cat/web/shared/GENCAT/coronavirus/mesures-coreco/pla-reactivacio-economica-i-proteccio-social/Pla-reactivacio-economica-proteccio-social.pdf>

⁴⁸ Véxase: https://www.adismona.com/sites/default/files/novedades/2020/10/infografia_planreactivacionturismoextremadura.pdf

a paliar os prexuízos económicos que provocou a pandemia COVID-19. Este plan, dotado cun presuposto de 10.139.232 euros, está estruturado en cinco piares e quince accións. Os piares son os seguintes:

- ✓ Apoio económico ás empresas e ao emprego turístico.
- ✓ Seguridade para xerar confianza.
- ✓ Promoción de Extremadura como destino seguro e produtos turísticos inovadores.
- ✓ Coñecemento e intelixencia turística.
- ✓ Gobernanza.

Outra iniciativa desenvolvida pola Junta de Extremadura é o *Proyecto Turismo Rural Seguro*⁴⁹, que ten como obxectivo facilitar a implementación efectiva da normativa, protocolos e sinalética de prevención de contaxios da COVID-19, así como asegurar a confianza, seguridade e respecto das normas hixiénico-sanitarias para empregados, turistas e clientes de establecementos turísticos das comarcas rurais.

O *Plan para la Reactivación de la Comunidad de Madrid*⁵⁰ presenta obxectivos que teñen unha especial relevancia para o sector turístico, como son: menos burocracia, máis dixitalización e promoción do turismo interior; medidas para un Madrid verde e sostible; e a ampliación da Rede de Metro da rexión. Entre as 30 medidas recollidas, dúas están vinculadas ao sector turístico:

- ✓ Promoción do turismo rexional na Comunidade de Madrid: a medida consta dunha campaña de promoción a nivel nacional orientada á recuperación da confianza como destino turístico dentro da demanda, poñendo en valor os seus principais recursos e transmitindo sensación de tranquilidade e seguridade. Adicionalmente, organizaranse micro-accións, a través dun calendario de eventos atractivos, en circuitos moi curtos, para evitar a masificación e garantir as medidas relacionadas co distanciamento social.
- ✓ Reactivación do sector turístico. Avais a autónomos e PEMES turísticas no sector de aloxamentos, axencias de viaxe e empresas de intermediación turística.

Tamén cabe mencionar o plan *Juntos 2020*⁵¹; que é un plan de carácter transversal que, en colaboración coas entidades locais e organismos culturais e turísticos, pretende dinamizar a contratación, xerar emprego e apoiar o tecido empresarial madrileño dos sectores turístico e cultural.

⁴⁹Véxase: <https://turismoseguro.redex.org/>

⁵⁰Véxase: <https://www.comunidad.madrid/gobierno/actualidad/plan-reactivacion-comunidad-madrid>

⁵¹Véxase: <https://www.turismomadrid.es/es/portada/15266-juntos-2020-programa-reactivacion-turistica.html>

En Murcia, o *Plan de Rescate del sector hostelero*⁵², aprobado en novembro de 2020, pretende mobilizar case 37 millóns de euros para apoiar aos establecementos hostaleiros ante ás consecuencias do peche temporal decretado por razóns sanitarias. O Plan contén oito medidas, entre as que destaca unha liña de Hibernación que poñerá a disposición dos hostaleiros 15 millóns de euros en axudas a fondo perdido para facer fronte a gastos fixos como o pago dos alugueiros, produtos perecedoiros, impostos locais non bonificados ou subministracións. Así mesmo, inclúese a posta en marcha dun novo servizo gratuito de asesoramento experto en arbitraje de alugueiros, xestión financeira e reconfiguración de débeda para as empresas e autónomos do sector hostaleiro. Ademais destas dúas medidas, o plan inclúe a liña de préstamos ‘Reactiva Hostalería’, que mobilizará 10 millóns de euros a interese cero, así como a liña ‘Refinancia Hostalería’, que pon ao dispor dos hostaleiros 2 millóns de euros para cubrir os intereses dos seus préstamos bancarios. Todas estas medidas complétanse cunha liña de 3,5 millóns de euros para facer fronte ao pago das cotas de autónomos e a exención daquelas taxas e impostos que dependen da Comunidade, unha campaña de promoción ou a liña de subvencións a fondo perdido para facer fronte aos custos equivalentes a impostos e gastos correntes e que está dotada con 5,3 millóns de euros.

O *Plan Reactivar Navarra /Nafarroa Susperitu 2020-2023*⁵³ pretende avanzar cara a un novo modelo económico e social que sitúe á Comunidade Foral entre as economías máis sostibles, competitivas e cohesionadas de Europa. O plan presenta un enfoque participativo e aposta por un novo papel do sector público, e por construír alianzas públicas, privadas e sociais, de forma que sexa a sociedade navarra no seu conxunto a que participe no tránsito cara a este novo modelo. O Plan Reactivar Navarra materialízase nunha serie de prioridades:

- ✓ Transformar a economía para a dixitalización.
- ✓ Acelerar a transición ecolóxica.
- ✓ Vertebrar o territorio de maneira sostible.
- ✓ Promover a cohesión social e a igualdade de oportunidades.
- ✓ Profundar no marco de convivencia.
- ✓ Reafirmar o liderado do público.
- ✓ Acción exterior.

⁵²Véxase: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=109106&IDTIPO=10&RASTRO=c\\$m122,70](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=109106&IDTIPO=10&RASTRO=c$m122,70)

⁵³ Véxase: https://www.navarra.es/documents/4196966/4203080/Plan+Reactivar+Navarra_version_completa.pdf/945cd4d0-7ce1-1901-213e-16971e86fc85?t=1596196136313

O *Plan de Acción de Turismo 2020-2022* de Navarra⁵⁴, aprobado en xuño de 2020, é un documento co que se pretende facer fronte aos efectos da COVID-19 no sector. Este plan de choque prevé unha redefinición dos segmentos prioritarios para o turismo navarro, dando prioridade ao gastronómico, ao rural e familiar, ás actividades de natureza e deporte e ao turismo de saúde, e impulsando o turismo local e de proximidade. O obxectivo é impulsar unha serie de produtos, recursos e experiencias turísticas adaptadas á nova realidade xerada tras a COVID-19, ofrecendo destinos con menor afluencia, nos que se implanten os debidos protocolos sanitarios. O Plan prevé sete liñas de actuación, entre as que podemos destacar: impulso á participación das empresas do sector para reorientar as axudas e subvencións para facer fronte ás novas necesidades; formación; adaptación do produto; impulso á innovación e á intelixencia turística; e comunicación e comercialización do potencial turístico navarro. Entre as diferentes medidas contempladas, podemos destacar as seguintes:

- ✓ Accións para mellorar a coordinación da Administración e o sector turístico.
- ✓ Deseño dun programa de axudas relativas á COVID-19.
- ✓ Posta en marcha de sistemas de colaboración público-privada para a recollida de información e monitoraxe do impacto da pandemia no sector, a través do Observatorio Turístico.
- ✓ Realización de actividades formativas en liña sobre as medidas de hixiene, limpeza e protocolos que deben implantar as empresas e establecementos turísticos.
- ✓ Establecer alianzas estratéxicas tanto nacionais como internacionais en redes turísticas, gastronómicas, culturais e de natureza, e impulsar a coordinación co Goberno central e outras institucións.
- ✓ Convocatoria de axudas para a implantación de protocolos nas diferentes industrias turísticas e outra para mellorar a competitividade, a dixitalización e a sustentabilidade do sector.
- ✓ Accións de formación: impulso ás accións encamiñadas á personalización da xestión turística e a promoción e posicionamento no mercado, ademais de fomentar a innovación dixital.

⁵⁴ Véxase: https://www.navarra.es/documents/48192/0/12062020_Plan_Accion_Turismo_+2020_2022.pdf/5f6530c8-3879-80fe-0741-6051ab3b8073?t=1591966373545

- ✓ Fomento de iniciativas que desenvolvan produtos, servizos e experiencias diferenciadoras, únicas e innovadoras, de maneira que a Comunidade foral poida identificarse como un destino “innovador e diferencial”.
- ✓ Realización dunha importante labor de recompilación de información, axudándose do Big Data.
- ✓ Monitoraxe dos mercados potenciais, tanto nacionais como internacionais, para enfocar neles as actividades de promoción e márketing.

O *Plan de Relanzamiento del Turismo de La Rioja*⁵⁵ está integrado por catro eixos de traballo: reapertura en condicións de seguridade e confianza; coñecemento turístico e formación sectorial; promoción e apoio á comercialización; e medidas de reactivación económica. A dotación destinada especificamente a dinamizar o sector do turismo rioxano ascende a un total de 7,8 millóns de euros. O obxectivo do Plan é protexer durante este período transitorio á industria turística, estratéxica para a economía da rexión, e relanzala para que a súa reactivación prodúzase da forma máis rápida e eficaz posible. No primeiro dos eixos de traballo, ás medidas impulsadas desde o Consello do Diálogo Social co Acordo para o retorno ordenado e seguro á actividade económica na Rioxa, súmanse os protocolos que está a preparar o Instituto para a Calidade Turística de España (ICTE). O segundo eixo, o do coñecemento turístico e formación sectorial inclúe dúas actuacións principais. Por unha banda, aproveitarase o sistema de intelixencia turística, xestionado desde a Dirección Xeral para vixiar novos comportamentos de consumidores de viaxes e de lecer. Doutra banda, desenvolverase un programa de formación, adaptado á situación actual e centrado na profesionalización do sector, cun espazo web de Aula Turística da Rioxa. Na área da promoción, o obxectivo é contar cunha estratexia actualizada e adaptada a realidade e que se irá reaxustando á situación en cada momento. Finalmente, en canto ás medidas de reactivación económica, o sector do turismo conta cunha liña específica dentro do Plan de Reactivación Económica, que contempla subvencións para repensar e reformular o modelo de negocio e para o redeseño da prestación de servizos, produtos ou experiencias turísticas. A esta liña súmase agora o plan de subvencións propio da Dirección Xeral de Turismo, que amplía e é compatible coas medidas anteriores, orientado a empresas, asociacións turísticas e entidades locais, para aqueles concellos con oficinas de turismo e proxectos turísticos de relevancia.

⁵⁵Véxase: https://ckan.larioja.org/dataset/c915e8a9-61a7-4b99-b7c6-4db6e86aaa16/resource/5f6e8ef1-1540-4d26-b7b8-74573203dccc/download/08_05_2020_np-plan-turismo.pdf

2.4. Plan de Reactivación dos Sectores Cultural e Turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19⁵⁶

Estamos ante un instrumento de planificación sectorial, feito público pola Consellería de Cultura e Turismo da Xunta de Galicia en maio de 2020, enfocado na reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19. O Plan está dotado dun investimento de 26,8 millóns de euros estruturado da seguinte maneira: 11 millóns e de 10,2 millóns no sectores turístico e cultural, respectivamente; reforzados, así mesmo, con 5,6 millóns de euros a través de medidas transversais enmarcadas no Xacobeo 2021⁵⁷. O plan conta con 5 eixos de actuación no ámbito do sector turístico: apoio ao tecido empresarial e mantemento do emprego turístico; accións de promoción e reactivación da demanda; creación de novos produtos turísticos; formación, competitividade e innovación; e medidas enmarcadas no Xacobeo 2021. Uns eixos de actuación que se traducen nun total de 36 medidas (Táboa 4).

Táboa 4. Resumo orzamentario dos eixos con transcendencia no sector turístico contemplados dentro do Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19

TURISMO	
EIXO DE ACTUACIÓN	ORZAMENTO ESPECÍFICO
Accións de promoción de Galicia e reactivación da demanda	2.020.000 €
Creación de novos produtos turísticos	1.871.000 €
Apoio ao tecido empresarial e mantemento do emprego turístico	5.100.000 €
Formación, competitividade e innovación	1.970.000 €
XACOBEO 2021	
Medidas transversais enmarcadas no Xacobeo 2021	5.645.000 €

Fonte: “Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19”. Xunta de Galicia (2020)⁵⁸.

A realidade está marcada polo pesimismo e a incerteza de cando poderemos volver a comportarnos como sociedade coas necesidades e experiencias que demandabamos antes da crise sanitaria da COVID-19. Este escenario desexable non se prevé nun prazo moi curto de tempo, “(...) no marco dunha crise que evoluciona rapidamente e na que abundan incertezas

⁵⁶ Xunta de Galicia (2020): “Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19”. Xunta de Galicia. https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/0/0/1/3_ca5875058a12b42/20013_b03a7f19714b8e9.pdf

⁵⁷Xunta de Galicia (2020): “Plan Estratéxico do Xacobeo 2021”. Xunta de Galicia. https://ficheiros-web.xunta.gal/transparencia/plans/culturaeturismo/plan_xacobeo_21_gal.pdf

⁵⁸Véxase: <https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivacion-cultural-turistica.pdf>

sobre a súa evolución futura”. Esta situación precisaba en maio de 2020 dunha resposta rápida que contribuíra a paliar as necesidades inmediatas destes sectores.

Neste contexto, xurde este instrumento de planificación de carácter sectorial indicativo desenvolto desde unha metodoloxía participativa, onde uns dos axentes públicos e privados implicados especialmente son aqueles directamente vinculados cos sectores cultural e turístico. Un contexto volátil que “(...) obriga a establecer medidas específicas e adaptativas, pensadas para darlle resposta aos diferentes escenarios proxectados, tendo en conta a información dispoñible en cada momento”. Unhas medidas propostas que, tanto de novo deseño como de redefinición das xa existentes, teñen como finalidade básica posibilitar o mantemento do emprego e o tecido empresarial.

O período de execución previsto establecido abarca desde maio a decembro de 2020, durante o cal se implementarán as 47 medidas recollidas no plan. Os obxectivos do mesmo son os seguintes:

- ✓ Apoiar a viabilidade do tecido empresarial.
- ✓ Reforzar as medidas xerais de mantemento do emprego.
- ✓ Manter a cadea de valor dos sectores produtivos.
- ✓ Crear instrumentos para favorecer a recuperación da estrutura empresarial.
- ✓ Establecer estratexias que posibiliten a adaptación ao novo escenario socioeconómico.
- ✓ Impulsar procesos integrais que permitan ofrecer garantías hixiénico-sanitarias.

Os obxectivos específicos para o sector turístico son os seguintes:

- ✓ Reforzar a marca propia e potenciar os seus atributos referenciais de calidade (paisaxe-natureza, cultura-patrimonio, gastronomía, etc.), vencellados aos novos valores poscrise (seguridade, saúde, confianza, entre outros).
- ✓ Potenciar a competitividade dos profesionais e das empresas turísticas galegas.
- ✓ Impulsar novos produtos e solucións enfocadas ao novo escenario global posterior á crise sanitaria.
- ✓ Reaxustar as campañas de promoción tomando como referencia o mercado de proximidade e o Camiño de Santiago.
- ✓ Crear protocolos e certificar medidas hixiénico-sanitarias.

O próximo Xacobeo 2021, neste plan, é concibido como ferramenta transversal: “O Xacobeo 2021 é unha grande oportunidade para reactivar a economía de Galicia, grazas ao potencial comunicativo e ás grandes expectativas que xera, especialmente nos ámbitos cultural e turístico”. Non podemos obviar que o Camiño de Santiago mantivo, nos últimos exercicios,

un crecemento sostido chegando aos 327.342 peregrinos no 2019, dos que o 56 % foron estranxeiros.

O Programa Galicia Destino Seguro⁵⁹ está incluído dentro das medidas do Plan, pero dada a súa relevancia, cremos necesario comentala brevemente. A través dun conxunto de medidas búscase garantir, por unha banda, que o sector se adapte ao novo escenario da COVID-19 e, por outra banda, que os turistas viaxen a Galicia con confianza⁶⁰. Nesta dirección, trátase dun proxecto marco dirixido á reformulación da estratexia de promoción de destino, á xeración de novos produtos turísticos adecuados ao novo contexto do mercado e á modernización e adaptación do sector turístico. Esa medida está dirixida a establecementos turísticos, axencias de viaxe e turoperadores, sector MICE, guías turísticos e outros subsectores en toda a cadea de valor turística. Neste eido, a Xunta de Galicia actúa en catro ámbitos: a información coa publicación e posta a disposición de manuais e materiais que recompilan os requisitos e protocolos hixiénico-sanitarios necesarios neste novo escenario; a formación, a través de diferentes cursos gratuítos e certificables⁶¹; o asesoramento⁶² e o financiamento para que empresas e profesionais do sector turístico adáptense en materia de seguridade sanitaria. Unha ferramenta que basicamente pretende recuperar a confianza da demanda potencial do destino Galicia ante o impacto da crise sanitaria.

Finalmente, destacar que a Xunta de Galicia elaborou un conxunto de Manuais de aplicación fronte á COVID-19⁶³ baixo o asesoramento de diversos grupos de expertos e seguindo as recomendacións das autoridades sanitarias⁶⁴. Falamos dunha serie de protocolos e manuais hixiénico-sanitarios para garantir a seguridade e a confianza, tanto dos potenciais visitantes como dos propios traballadores do sector. Indicar ademais que os xeodestinos son axentes claves na promoción turística a escala supramunicipal, segundo establécese no Artigo 23.4 da Lei 7/2011, do 27 de outubro, do Turismo de Galicia. En consonancia con esta realidade, temos que sinalar que a súas actuacións ante a pandemia da COVID-19 centráronse case

⁵⁹ Véxase: https://www.turismo.gal/galiciadestinoseguro/portada?langId=es_ES

⁶⁰ Con este obxectivo, promulgouse a "ORDE do 27 de xullo de 2020 pola que se establecen medidas de prevención para facer fronte á crise sanitaria ocasionada pola COVID-19 en relación coa chegada á Comunidade Autónoma de Galicia de persoas procedentes doutros territorios". Véxase: https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/2/9/2/7_bc2514ed4265bbf/22927_d907b07cfb278d.pdf

⁶¹ Un Plan de Formación específico, a través do Centro Superior de Hostalería de Galicia (CSHG), con 500 accións formativas previstas coordinadas co sector turístico. Son accións gratuítas de carácter voluntario que pretenden formar ao sector do turismo de Galicia en materia de seguridade e prevención da COVID-19 para facer de Galicia un destino seguro. Véxase: https://www.turismo.gal/galiciadestinoseguro/formacion/cursos-de-formacion-sectorial?langId=es_ES

⁶² A Xunta ofrece un servizo de asesoramento en liña para resolver as dúbidas expostas polos profesionais do sector en materia de seguridade sanitaria.

⁶³ Véxase: https://www.turismo.gal/galiciadestinoseguro/informacion?langId=es_ES

⁶⁴ En concreto, participaron na súa elaboración o Centro Superior de Hostalería de Galicia, o Sergas e o Instituto de Seguridade e Saúde Laboral (ISSGA), en colaboración con representantes do sector e entidades como o Instituto para a Calidade Turística Española (ICTE), a Federación Galega de Municipios e Provincias (Fegamp) e especialistas como o profesor e catedrático de Medicina Preventiva e Saúde Pública da USC, Juan Gestal.

exclusivamente no campo da promoción e, en menor medida, da formación dos axentes implicados na cadea de valor turística.

Táboa 5. Outras accións de interese para o sector turístico desenvolvidas pola Xunta de Galicia

<p>Axudas económicas directas ao sector turístico:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Axudas a establecementos de hostalería e restauración, axencias de viaxe e outros locais turísticos: IG280 - REACTIVA TURISMO - GARANTIR A SEGURIDADE LABORAL E XERAR CONFIANZA NO CONSUMIDOR (Subvencións en réxime de concorrencia non competitiva. Réxime de minimis)⁶⁵.▪ Axudas para a instalación, reforma e adaptación das terrazas dos establecementos de hostalaría e restauración de elementos de envasado e empacquetado para o servizo de consumo no domicilio⁶⁶ <p>Promoción e comercialización turística:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Condicións de adhesión das empresas turísticas ao programa <i>Bono Turístico Quedamos en Galicia</i>⁶⁷. <p>Medidas de carácter transversal:</p> <p>Axudas económicas:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ PLAN DE DIXITALIZACIÓN. IG272 - GALICIA EXPORTA DIXITAL. Medidas de liquidez para o tecido empresarial, con especial atención a autónomos/as e PEMES (liñas de préstamos e microcréditos)⁶⁸.▪ Apoio ao acceso ao crédito das pequenas e medianas empresas⁶⁹.▪ Proxectos de dixitalización para facer fronte á situación provocada pola COVID-19 (programa Cheques Dixitalización)⁷⁰.▪ Aprazamento das cotas de amortización e xuros da liquidación de todos os préstamos formalizados coa Xunta de Galicia⁷¹.▪ Axudas destinadas ás persoas traballadoras e ás empresas afectadas por expedientes de regulación temporal de emprego de suspensión de contratos ou redución da xornada para favorecer o mantemento do emprego ante flutuacións da economía⁷².▪ Refinanciamento de débedas co IGAPE⁷³.▪ Préstamos avalados para apoiar ás PEMES e autónomos no contexto do actual brote da COVID-19⁷⁴.▪ Programa Cheque autónomo⁷⁵.▪ Axudas aos servizos de desenvolvemento estratéxico, profesionalización, innovación e dixitalización. Programa REACCIONA⁷⁶.▪ Préstamos IFI INNOVA 2020⁷⁷.▪ Axudas de salvamento e reestruturación a empresas en crises⁷⁸.▪ Axudas a autónomos⁷⁹.▪ Axudas a microempresas (TR4000B) e apoio ao sector da hostalaría (TR400C)⁸⁰. <p>Innovación:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ A Xunta impulsa con 600.000 euros a nova aceleradora <i>Connect-19</i> en colaboración coa Sociedade Parque Tecnolóxico de Galicia. Esta iniciativa, que vén de poñerse en marcha, permitirá consolidar ao longo de cinco meses un total de 20 proxectos de PEMES centrados no desenvolvemento de solucións innovadoras fronte á COVID-19⁸¹.

⁶⁵ Véxase: <http://www.igape.es/es/base-xeral-de-axudas/ficha/IGAP405>

⁶⁶ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20201203/AnuncioO92-261120-0001_es.html

⁶⁷ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200702/AnuncioG0256-170620-0001_es.html
Ampliación: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20201123/AnuncioG0256-201120-0003_es.html

⁶⁸ Véxase: <http://www.igape.es/es/base-xeral-de-axudas/ficha/IGAP377>

⁶⁹ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200211/AnuncioO92-220120-0001_es.html
https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20201120/AnuncioO92-131120-0001_es.html

⁷⁰ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200618/AnuncioO92-110620-0006_es.html

⁷¹ Véxase: <https://ceci.xunta.gal/coronavirus/axudas-economicas>

⁷² Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200701/AnuncioG0424-190620-0004_es.html

⁷³ Véxase: <http://www.igape.es/es/base-xeral-de-axudas/ficha/IGAP395>

⁷⁴ Véxase: <http://www.igape.es/es/base-xeral-de-axudas/ficha/IGAP393>

⁷⁵ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200706/AnuncioG0424-260620-0003_es.html

⁷⁶ Véxase: <http://www.igape.es/es/base-xeral-de-axudas/ficha/IGAP398>

⁷⁷ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20200814/AnuncioO92-040820-0001_gl.html

⁷⁸ Véxase: <https://cedti.xunta.gal/es/node/127>

⁷⁹ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20201118/AnuncioG0599-171120-0004_gl.html

⁸⁰ Véxase: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2020/20201127/AnuncioG0599-261120-0001_es.html

⁸¹ Véxase: <https://ceci.xunta.gal/coronavirus/axudas-economicas>

- A través do *ReAcciona* ofrécense servizos de asesoramento sobre medidas que deben adoptar comercios, autónomos e empresas para mellorar a súa competitividade en ámbitos como a reorganización estratéxica e operativa dos negocios, a profesionalización, a dixitalización e, como novidade este ano, a innovación⁸².

Plataforma de ofertas e demandas:

- *Marketplace COVID-19 GALICIA* é a plataforma á que se poden incorporar as ofertas e demandas de suministros de Equipos de Protección Individual EPI's e outros equipamentos necesarios na crise do Coronavirus⁸³.

Fonte: Elaboración propia.

2.5. Medidas de apoio ao sector turístico por parte das AA.PP. de rango local galegas

A Deputación de Lugo lanzou a campaña EN LUGO, SI co obxectivo de reactivar o consumo no comercio local, a hostalería e o turismo da provincia. A primeira iniciativa consiste nun programa formativo a través de Internet e está pensada para apoiar aos negocios e profesionais na implantación de medidas de seguridade, garantindo a comodidade e o benestar do cliente. Dentro do mesmo promóvese a obtención do Diploma de Establecemento de Confianza EN LUGO, SI⁸⁴.

Pola súa parte, a Deputación de Ourense puxo en marcha o proxecto de promoción *Ourense, destino seguro*⁸⁵, que consiste nunha plataforma dixital á que se poden adherir os establecementos para conseguir un distintivo. Os requisitos que deberá cumprir cada establecemento para obter esta distinción de calidade en seguridade COVID-19 céntranse nos parámetros de desinfección, hixienización, calidade, seguridade e saúde no traballo. O estándar será de aplicación nos sectores de hostaleira, restauración, turismo, espectáculos, deporte, saúde e imaxe persoal, entre os que se poden destacar: servizos de restauración, hoteis e apartamentos turísticos, pequeno comercio, praias fluviais e balnearios. As principais áreas de actuación son a formación e concienciación dos traballadores de cada establecemento; o desenvolvemento de novas tecnoloxías para a mellora dos procesos; o desenvolvemento de sistemas de traballo destinados á prevención da contaminación biolóxica, e a posta en marcha de prácticas internas de verificación e validación dos procesos: test COVID-19, ensaios de superficies e indicadores. Tras a posta en marcha da APP e a páxina web, o seguinte paso é a implantación nas empresas e a realización de auditorías externas nos establecementos, os cales disporán dun logo particular que sirva como mecanismo de distinción e posta en valor (LocalSafe Verificado COVID-19).

⁸²Véxase: <https://ceei.xunta.gal/coronavirus/axudas-economicas>

⁸³Véxase: <https://marketplacecovid19.gal/>

⁸⁴Véxase: <http://www.deputacionlugo.gal/gl/node/73375>

⁸⁵Véxase: <https://www.depourense.es/index.php/actualidade/5056-ourense-destino-seguro-confianza-en-el-sector-turistico-provincial-frente-al-covid-19>

A Deputación de Pontevedra está implementando o *Plan de Reactivación Turismo Rías Baixas*⁸⁶, concibido para analizar a situación do turismo en Pontevedra en relación aos impactos da crise da COVID-19. O orzamento previsto para o Plan é de máis de 3 millóns e medio de euros e está temporalizado para realizar todas as actividades previstas ao longo do ano 2020. O Plan foi elaborado a través dun proceso participativo dos diferentes axentes públicos e privados, e organízase en base a cinco eixos de actuación:

- ✓ Financiamento, aspectos legais e fiscabilidade.
- ✓ Prevención, seguridade, saúde e hixiene.
- ✓ Dixitalización e competitividade.
- ✓ Fomento da demanda de produtos e servizos turísticos da provincia.
- ✓ Promoción do destino Rías Baixas.

O Plan de Reactivación contempla tanto a reformulación de medidas que xa se estaban desenvolvendo como accións específicas destinadas a responder ás novas demandas do sector turístico da provincia.

Os concellos da Mancomunidade de Municipios Arousa Norte desenvolven conxuntamente unha estratexia para atenuar o impacto socioeconómico xerado polo COVID-19. Neste sentido adoptaron as seguintes medidas:

- ✓ Suspensión temporal, ampliación do prazo de cobro e facilidades de pago en impostos, taxas e prezos públicos.
- ✓ Devolución do ingreso non prestado, a non prescrición temporal de bonos, pagos trimestrais de prezos públicos e taxas por actividades ou ocupación de espazo público.
- ✓ Rebaixas tributarias.
- ✓ Bonificación do imposto de construción, instalacións e obras en función cando sexan orientadas a conservación ou mellora do emprego.
- ✓ Plans de dinamización económica, emprego, emerxencia social e de axuda a particulares, autónomos e empresas prexudicadas parcial ou totalmente na súa actividade.

Tamén debemos destacar a creación da Comisión de Turismo e Comercio do Barbanza coa funcionalidade principal de axudar a subsanar a crise da COVID- 19 e redefinir a construción dun modelo turístico de calidade, rendible, atractivo e sostible.

⁸⁶Véxase: <https://turismoriasbaixas.com/-/plan-reactivacion-turismo-rias-baixas-pontevedra-provincia>

A Mancomunidade de Concellos de A Mariña Luguesa lanzou a campaña de promoción *Vuelve a encontrar el Norte*⁸⁷ coa que se pretende reivindicar A Mariña lucense como un destino ubicado no norte da provincia de Lugo, no que o visitante pode encontrarse a si mesmo e descubrir o seu Norte particular.

Pola súa parte, o Consorcio Ribeira Sacra iniciou en xuño 2020 a campaña promocional *Despois de todo, mereces un respiro*⁸⁸ e a primeira acción foi unha invitación a visitar a zona a través de soportes online. As propostas están clasificadas en 5 bloques en función da tipoloxía de servizos e actividades. Hainas relacionadas coa exploración dos recursos patrimoniais do territorio, outras de interacción coa paisaxe a través do deporte, tamén do coidado persoal en espazos únicos e vencelladas á oferta gastronómica. O usuario pode realizar unha búsqueda por temática, duración, perfil de público ao que vai dirixido ou pola periodicidade na que están dispoñibles as actividades. Outra medida de actuación interesante é o *Decálogo para visitar Ribeira Sacra*⁸⁹, que consta de 10 puntos onde se aconsella aos visitantes da Ribeira Sacra que medidas adoptar para poder ter unha experiencia turística positiva e libre de contaxio da COVID-19.

A Mancomunidade de O Salnés adoptou en maio unha estratexia de promoción turística de proximidade, enfocada ao mercado nacional e do norte de Portugal para compensar a previsible caída do turismo internacional debido á pandemia. De feito, está traballando na produción de video-spots publicitarios a través de campañas de pago en redes sociais, segmentados para esta tipoloxía de turistas. Outra iniciativa destacable é o proxecto dunha “marketplace” comarcal, un centro comercial virtual que busca fomentar o turismo de compra á vez que beneficia aos veciños dos concellos da comarca.

A Mancomunidade de Concellos do Morrazo destinou unha partida de 30 mil euros para desenvolver un proxecto de recuperación do tecido turístico que promocioe a comarca como xeodestino. Neste proxecto preténdese traballar en unión coa Mancomunidade de Pontevedra, e co apoio da Federación de comerciantes (Fecimo) para desenvolver un produto propio. O proxecto contempla catro liñas de actuación: creación dos produtos *Morrazo natural e Morrazo Máxico*; *Branding de destino e produtos turísticos* e *Top Ten Experiencias do Morrazo*. O proxecto persegue fomentar o turismo de natureza e cultural e lograr desestacionalizar o turismo, aumentar a calidade e diversificar a oferta.

⁸⁷Véxase: <https://amarinalucense.gal/>

⁸⁸Véxase: <https://merecesunrespiro.com/>

⁸⁹Véxase: <https://turismo.ribeirasacra.org/es/noticias/resumen-del-plan-de-transicion>

O *Plan de reactivación económica e social (PRESCO)*⁹⁰ do municipio de A Coruña, dotado cun orzamento de 49,8 millóns de euros, é a resposta do concello para facer fronte aos efectos económicos e sociais da COVID-19. Dentro do mesmo, apóstase polo investimento en sectores clave (autónomos/as, comercio, hostalería e cultura) e pola transformación dixital e a modernización tecnolóxica.

Coruña Activa fai referencia ás medidas do concello para reactivar a economía da cidade, mediante as seguintes actuacións:

- ✓ Campaña de incentivos ao consumo no comercio e na hostalería (bonos e campaña de promoción).
- ✓ Apoio ao mantemento da actividade económica de persoas autónomas e micropemes (cotas, alugueiros, xuros, contratación).
- ✓ Axudas para adaptar e acondicionar establecementos de comercio, hostalería e servizos profesionais.
- ✓ Transformación dixital de autónomos/as e micropemes (axudas, asesoramento e formación).
- ✓ Cursos en liña gratuítos.
- ✓ Reforzo da industria cultural (programación de actividades, bolsas de creación artística, bono cultura)
- ✓ Programa de cualificación profesional.
- ✓ Bolsa de locais comerciais en alugueiro.
- ✓ Programa de incentivos á contratación.

No municipio de Pontevedra temos que resaltar a Plataforma *#PonteLovers/Plataforma Reinicia Pontevedra*⁹¹, posta en marcha pola Concellería de Promoción Económica e Turismo en colaboración cos propios hostaleiros, comerciantes e empresarios, que ten como obxectivos: a recuperación das actividades comerciais de proximidade, o fomento do consumo nos comercios e negocios de hostalería, axudas a compensar as consecuencias do confinamento nos sectores comerciais e de lecer e reiniciar a vida social e económica de Pontevedra. A iniciativa traducirase nunha potente campaña publicitaria. Dentro das actuacións desenvolvidas por esta plataforma, podemos destacar o *Plan de Acción Reinicia o teu Negocio* e o programa de talleres gratuítos online ou presenciais, destinados a autónomos, emprendedores e pemes (Identidade e Marketing Visual, Inglés e Atención ao Cliente, Facilita 2.0 RGPD, Aprende a Emprender, Uso de Certificado

⁹⁰ Véxase: <https://presco.gal/es/>

⁹¹ Véxase: <https://www.pontevedra.gal/pontelovers/>

Dixital, Empaqueta-2, Atención ao Cliente e Calidade de Servizo e Colle o Releva. Plan Repensa). Outras iniciativas desenvolvidas son:

- ✓ Directorio de negocios con servizo de comida a domicilio e recollida en local.
- ✓ Marketplace ‘E-Ponte.com’; permite dispoñer de todos os produtos e servizos comerciais da cidade á distancia dun click.
- ✓ Plan Impulsa: un equipo de profesionais dos máis diversos sectores aportan os seus coñecementos e ‘saber facer’ para darlles un pulo aos negocios de Pontevedra e impulsar a súa recuperación.

O concello de Santiago de Compostela implementou o *Plan de accións especiais de promoción e apoio a desenvolver desde Turismo de Santiago fronte á situación de crise provocada no sector pola pandemia do COVID-19*⁹². As accións do plan van orientadas á recuperación e dinamización do sector turístico e pretenden transmitir seguridade ás persoas que visiten a cidade a curto e medio prazo. Inclúe tres liñas estratéxicas: análise dinámica da situación; accións dirixidas á captación e recuperación do turismo e posicionamento da cidade; e liñas de apoio dirixidas ao sector.

O Plan inclúe múltiples accións, algunhas das contempladas son:

- ✓ *Campaña Ulteira*: é unha campaña de comunicación baixo o lema “Ulteira”, un termo diferencial de Santiago de Compostela como destino do Camiño de Santiago, que pon á cidade como a meta á que chegar tras o esforzo persoal e colectivo.
- ✓ Novo plan de promoción que parte da necesidade de transmitir unha imaxe de destino seguro. Consta de dúas partes e con dous obxectivos complementarios: accións a curto prazo destinadas ao mercado español de proximidade e accións a medio prazo destinadas aos principais mercados internacionais cara o ano 2021, para aproveitar a oportunidade do Ano Santo.
- ✓ Recuperación do tráfico aéreo a través do contacto permanente e traballo conxunto coas principais compañías que operan no aeroporto de Santiago Rosalía de Castro.
- ✓ Axenda virtual: para reunir os eventos virtuais que se están a celebrar en Santiago de Compostela. A páxina web de Turismo de Santiago reconverteu a súa axenda cultural habitual nunha axenda de eventos virtuais.

⁹²Véxase: <https://www.santiagoturismo.com/novas/turismo-de-santiago-desarrollara-un-plan-de-acciones-especiales-para-la-recuperacion-del-turismo>

- ✓ Audioguías en aberto, dispoñibles en sete idiomas na páxina web, para percorrer virtualmente a cidade desde casa. As audioguías de Turismo de Santiago suman máis de catro horas de narración ao redor dos principais puntos turísticos.
- ✓ Accións destinadas ao sector profesional, co que se mantiveron diversas reunións telemáticas. A principal acción dentro desta liña de traballo foi a Creación dun Foro Profesional de intercambio de ideas.
- ✓ Reactivación do Foro MICE, específico para o sector congresual.
- ✓ Reforzo de accións sectoriais xa existentes.
- ✓ *Plan de Choque de Cidades Patrimonio*: Turismo de Santiago participará no plan de choque con accións conxuntas que está a definir o Grupo de Cidades Patrimonio da Humanidade de España. As principais medidas que se contemplan son campañas dirixidas ao mercado español e medidas para acelerar a comercialización de paquetes turísticos exclusivos para o mercado interior, con novos incentivos.
- ✓ Apoio ás medidas de seguridade hixiénico-sanitaria e da acreditación dos establecementos de turismo: para promover unha imaxe de cidade segura, apoiárase a adopción de criterios, medidas e mecanismos de garantía da seguridade hixiénico-sanitaria que contribúan a xerar confianza. Esas medidas estableceranse en coordinación coas diferentes administracións e departamentos municipais.
- ✓ Bonificacións tributarias, apoio financeiro e programas de formación para inserción laboral: as empresas do sector de restauración e hostalería beneficiaranse das bonificacións previstas con carácter xeral respecto das taxas de lixo e de ocupación de vía pública por terrazas. Igualmente, as pequenas e medianas empresas do sector poderán acollerse ás axudas convocadas polo Concello para abono dos intereses e gastos de créditos concedidos polo ICO ás empresas e autónomos con ocasión do estado de alarma.
- ✓ Tamén os traballadores dos sectores vinculados ao turismo poderán acollerse aos programas de formación para inserción laboral.

O concello de Santiago tamén puxo en marcha o *Plan Marco de Reactivación Económica Compostela 2020, para paliar os efectos da crise sanitaria global provocada pola COVID-19*⁹³ que conta cunha previsión económica inicial de 5 millóns de euros, e

⁹³Véxase: http://santiagodecompostela.gal/imxd/noticias/doc/1587117215Concello_de_Santiago_-_PLAN_MARCO_DE_REACTIVACION_ECONOMICA.pdf

contempla medidas de estímulo de crecemento e fomento da competitividade da economía local dirixidas á industria e demais sectores produtivos, ao comercio, á hostalería e ao emprego. Este Plan marco de reactivación económica estrutúrase en 23 medidas, enfocadas a seis eixos estratéxicos, que á súa vez están agrupados en catro bloques. Os seis eixos estratéxicos son: axudas directas aos comerciantes, hostalería, persoas autónomas e microempresas; apoio específico ao sector do comercio; reforzo da política de fomento da actividade económica e apoio aos mozos emprendedores; contratación directa de persoas desempregadas para a realización de obras e servizos de interese social; mellora do mercado de traballo local: cualificación e inserción profesional; e medidas fiscais.

O municipio de Sanxenxo destacou polo o seu *Plan de Xestión de Praias*, especialmente polo *Plan de ordenación sanitario da Praia de Silgar*. Este plan consistía en grandes trazos na división da praia en 5 sectores que contaban con persoal para facilitar aos usuarios a súa localización, mantendo en todo momento os protocolos de seguridade sanitaria. Cada sector tiña unha cor diferente e estaba formado por centos de cuadrículas de 3x3 metros, que en función do número de persoas podíanse ampliar facilmente. As cuadrículas estaban formadas por estacas de madeira cravadas na area e unidas por unhas cordas que se podían recolocar con facilidade en función do número de persoas. Esta actuación tivo unha gran cobertura mediática; de feito, foi comentada en medios de comunicación, televisión, radio, prensa, dixitais e procuras en Google. Ademais de facerse eco os informativos de todas as cadeas de televisión nacional e os seus magacíns de mañá e tarde, destaca o interese de cadeas da importancia de Fox News, CNN e a xaponesa TBS. Tamén foi obxecto de comentario en diarios con millóns de lectores como The Sun e Telegraph.

3. RECAPITULACIÓN FINAL: PROPOSTA DE LIÑAS DE ACTUACIÓN

A situación xerada pola pandemia da COVID-19 afectou a todos os elementos do sistema produtivo. Un dos sectores máis prexudicados é o sector turístico. De feito, diferentes expertos e analistas sitúan ao turismo ante unha crise global das peores, cunha conxuntura económica que afectará aos seus índices e ao consumo nos próximos dous anos (2021-2022), o que vai supoñer unha reestruturación nas formas de chegar ao consumidor final e unha reorganización en novos procedementos de traballo desde diferentes perspectivas, que poidan contrarrestar os efectos ocasionados (Martínez-Quintana, 2020). Non

esquecemos que as claves do proceso de recuperación deberían ser: reactivar, repensar, recuperar, restaurar e reposicionar os destinos turísticos dentro dun mercado global marcado polas consecuencias da pandemia da COVID-19.

As características do sector turístico fano especialmente vulnerable á situación de emerxencia sanitaria como a actual. Un sector como este, que ofrece un servizo que non é de primeira necesidade, é moito máis fráxil en situacións de crises. As restricións na mobilidade das persoas motivadas polo estado de emerxencia sanitaria determinou a paralización da actividade de case a totalidade das empresas turísticas. Situación de parálise que leva consigo perdas económicas e mesmo a posibilidade de que moitas empresas non volvan retomar a súa actividade e o consecuente despedimento de traballadores. A pesar das medidas adoptadas polas distintas Administracións Públicas, un sector de características como o turístico, enfróntase non só á perda de empresas, senón que aquelas que aguanten logo da crise verán reducida a súa demanda debido, entre outros factores, á redución da renda dos cidadáns e por conseguinte, á redución do gasto en actividades non primordiais. En definitiva, a diminución da renda dos clientes potenciais supón unha redución da demanda de servizos turísticos. Agora ben, non podemos obviar que aínda que “(...) moitas familias verán seriamente reducidos os seus ingresos; con todo, a renda dispoñible (ou máis ben a capacidade ou poder de compra) é relativa, debido a que depende dos prezos de mercado e estes, cabe unha alta posibilidade de que no sector turístico se reduzan bastante. Tamén é de esperar que as rendas das familias recupérense co tempo, a cuestión é canto tempo... (...)” (Navarro Jurado, Ortega Palomo e Torres Bernier, 2020: 4). Por outra banda, o turismo require de movementos fóra dos lugares de residencia dos turistas, e sobre todo, require da confianza por parte do turista de que non vai haber ningún problema (Abella Garcés, 2020). Nesta dirección, ata que se desenvolva unha vacina efectiva contra o coronavirus, é de esperar a desconfianza entre os turistas en canto a saír de casa e ir a destinos vacacionais. De feito, a crise sanitaria trouxo consigo o cambio de hábitos de consumo e no modo de viaxar por vacacións, con especial incidencia nun maior rexeitamento aos eventos e espazos de consumo masivo. Mesmo cabe valorar o alcance dunha tendencia para sentirse seguro e illado, en tanto pode afectar o consumo turístico, especialmente ás súas fórmulas e modalidades masivas (Vera Revollo e Ivars Baidal, 2020). A pandemia da COVID-19 vai afectar de forma máis intensa aos destinos cuxos produtos están máis enfocados a un consumo de masas e con pouco distanciamento físico, como son o turismo de sol e praia ou o urbano. Os segmentos que favorezan o distanciamento, como o turismo de natureza, o turismo rural, ou o de

vivenda vacacional disporán dunha mellor posición no mercado turístico para afrontar as consecuencias da crise sanitaria (Navarro Jurado et al., 2020). Así mesmo, a maior afectación do virus sobre a poboación senil suporá un maior retardo na normalización das súas viaxes vacacionais e deixan, neste momento, “(...) de ser un mercado crave para o turismo, polo menos nunha primeira etapa de reactivación. Cando menos, este segmento requirirá viaxes adaptadas a estas circunstancias” (Vera Revollo e Ivars Baidal, 2020: 2). Noutra orde, “(...) a reacción social á pandemia provocou conflitos entre residentes e turistas en diferentes países, rexións e mesmo a escala local, como consecuencia do desprazamento de persoas ás súas segundas residencias na etapa previa á imposición do confinamento, na medida en que incrementaban as posibilidades de contaxio e contribuían a saturar o sistema sanitario. Estes conflitos son a expresión máis clara das novas relacións de convivencia nos destinos turísticos que se derivan da pandemia: distanciamento social, restricións de acceso ou de uso en determinados espazos, entre outros aspectos, van estar presentes polo menos ata que esta fose superada definitivamente” (Vera Revollo e Ivars Baidal, 2020: 2 e 3).

Nestes momentos a crise no sector turístico ocasionada polo coronavirus non chegou aínda ao seu fin. A volta a unha situación de normalidade dentro do sector turístico non pode ter unha data clara, desde o punto de vista do control da epidemia tanto a nivel nacional como internacional. Un regreso á normalidade que será progresivo e salpicada de períodos de actividade limitada por gromos pandémicos nos diferentes destinos. “Ademais, para unha volta á situación pre-crise, requiriríase que todos os países cos que se tiñan fluxos turísticos superasen por completo a pandemia e permitan á cidadanía viaxar con total liberdade e sen restricións. Esta condición de reciprocidade, estendida a un contexto planetario e considerando a expansión da pandemia polos cinco continentes, cos riscos que iso implica para os gromos da infección, fai aínda máis incerta a definición dun horizonte no que o turismo poida volver, con total garantía, a unha situación de normalidade pre-crise” (Navarro Jurado et al., 2020: 6).

En definitiva, atopámonos cunha situación de incerteza que expón moitas incógnitas para as que non hai respostas ou as hai parcialmente. Canto tempo se manterán os límites e canto o aforo nas praias, museos, aloxamentos, restaurantes, ...? Como poderá articularse o acceso ás actividades turísticas se debe manterse certa distancia social? Terá realmente vantaxe o turismo de natureza, turismo slow, turismo rural en función das súas características propias? É a desestacionalización un aspecto que podería axudar? Sería posible arbitrar un sistema no que as vacacións se repartan en meses diferentes para lograr

menor masificación? A día de hoxe, non hai respostas claras e indiscutibles a ningunha destas preguntas (Barlés Arizón, 2020).

As previsións que ata o de agora efectuaron os destinos, as empresas e calquera organización relacionada co turismo para os próximos meses, e mesmo anos, non serven. Probablemente as estratexias utilizadas noutros períodos anteriores ou crises económicas tampouco sexan efectivas, polo que nos atopamos ante unha incerteza máxima. Tampouco sabemos como as normas de distanciamento social impostas influirán, non só aos establecementos senón na conduta da demanda a curto e medio prazo. Atopáronos con que o foco da problemática non estará no overtourism, se non máis ben en como reactivar o sector turístico. "Toca empezar de novo, literalmente desde cero: cero turistas. Nunca viviremos (nin sequera imaxinado) nada semellante e, por iso, non é desatinado pensar que no sector das viaxes e o turismo haberá un antes e un despois" (Vargas Sánchez, 2020: 8). Ante esa nova realidade, á marxe de medidas encamiñadas a moi curto prazo destinadas a posibilitar a viabilidade económica de diferentes produtos turísticos, cremos tamén imprescindible preparar a adaptación a un novo escenario no mercado turístico resultante da pandemia. Unha situación que ao noso entender debe ser enfocada como unha oportunidade para repensar o sector turístico e reconstruílo desde unha nova visión máis aliñada cos grandes desafíos da humanidade: ambientais, sociais, tecnolóxicos...

En suma, nesta situación de paralización forzada da actividade turística, é necesario poñer en marcha medidas reactivas e de recuperación inmediatas. Con todo, tamén sostemos que é o momento de deseñar outro modelo de desenvolvemento turístico. É dicir, trátase de implementar accións estratéxicas para o sector a curto prazo e complementalas con medidas a longo prazo de carácter estrutural guiadas pola idea dun cambio baseado na sustentabilidade.

Os destinos turísticos deberían ver a oportunidade e a aprendizaxe que nos brinda esta crise para repensar os modelos de desenvolvemento de forma que poidan contribuír a atallar os desafíos do cambio climático, así como para deseñar modelos máis respectuosos con (e inclusivos de) as comunidades locais (Vargas Sánchez, 2020). Cabe esperar que a demostrada resiliencia desta actividade económica se volva a poñer de manifesto, pero tamén un cambio nos comportamentos das Administracións, da demanda e da oferta do sector. Neste sentido, Navarro Jurado et al. (2020) falan da posibilidade dunha nova economía do turismo caracterizada por unha reinvencción do mesmo, unha revisión de prioridades á hora de viaxar, de elixir destinos, novos modelos de consumo de espazos e

mesmo un cambio do modelo cara a un decrecemento turístico ou unha etapa de post-crecemento. Unha transformación turística que suporá unha nova escala de valores, entre os cales aparecerá a “bioseguridade”, é dicir que se priorizarán as condicións sanitarias e hixiénicas.

Finalmente, indicar que o actual escenario convulso, incerto e totalmente novo para todos, obriga aos xestores públicos dos destinos galegos e ás súas empresas turísticas a reestruturar e adaptar as súas estratexias ás novas circunstancias marcadas pola crise da COVID-19. Unhas estratexias que deben ser claras, medibles e aplicables á realidade orzamentaria do destino galego e do actual mercado turístico internacional tan convulso. Deben aparcar liñas de actuación por un tempo, incorporar novas e reforzar aquelas que sexan consideradas adecuadas no novo escenario mundial. Unha estratexia de márketing territorial onde os valores asociados ao patrimonio tanto natural como cultural, á gastronomía, á idiosincrasia do carácter galego, ... xunto coa seguridade do consumo deben actuar como eixos vertebradores. Unhas liñas de actuación que teñen que ser capaces de responder a unha demanda máis sensibilizada, máis lenta para tomar decisións e afectada economicamente na súa renda dispoñible. Unha estratexia que debe incluír accións de continxencia e reactivas de estímulo para acelerar a recuperación. Dentro deste marco de referencia, propoñemos:

- ✓ Mitigar os efectos da Covid-19 no sector turístico con axudas directas e subvencións co obxectivo de manter as empresas e os empregos. O obxectivo é implementar ferramentas que axuden ás empresas turísticas a afrontar a redución drástica de ingresos, achegándolles liquidez e contribuíndo deste xeito ao mantemento da actividade e do emprego no sector turístico.
- ✓ Reforzar a imaxe de destino seguro na COVID-19, fomentada desde a Xunta de Galicia, como base para xerar confianza no mercado turístico nacional e internacional, mantendo unha comunicación continua e activa fundamentalmente na contorna online cos seus mercados obxectivo e no propio territorio.
- ✓ Estimular a demanda turística rexional e dos mercados de proximidade. Os mercados de demanda rexional como das CC. AA próximas serán fundamentais nos primeiros meses de activación da economía debido ás posibles restricións na mobilidade e nas medidas de hixiene e seguridade.
- ✓ Manter o posicionamento e apertura dos mercados exteriores prioritarios mediante actuacións inversas e márketing dixital.

- ✓ Analizar continuamente os datos da evolución da demanda turística e as proxeccións vinculadas ao post COVID-19, como vía para reformular as accións de promoción e comercialización en mercados e produtos. Un seguimento da evolución dos fluxos de demanda desde os distintos territorios emisores de turismo que debe efectuarse desde unha perspectiva de mercado, prestando un especial fincapé á análise do ritmo das reservas de produtos e servizos turísticos como mecanismo clave para prever a evolución da actividade turística.
- ✓ Determinar a capacidade de carga dos destinos para evitar as aglomeracións en determinados lugares, espazos e eventos. Algúns produtos como os destinos de sol e praia terán que aplicar aforos e xestionar os fluxos de demanda nas praias máis frecuentadas.
- ✓ Diseñar as novas estratexias para o turismo dos próximos anos partindo da situación actual do sector e os novos escenarios post COVID-19. Medidas estratéxicas que, aínda que teñen visión de medio-longo prazo, é necesario activar a curto de maneira que esteamos preparados para afrontar o escenario do futuro coas claves, os datos e as leccións que nos deixa a situación da pandemia.
- ✓ Fomentar a imaxe de Galicia como destino sostible dentro do mercado nacional e internacional. Esta crise obriga aos destinos a optar por un modelo de desenvolvemento turístico sostible, onde os obxectivos de desenvolvemento deberán ser máis cualitativos que cuantitativos. Un destino que aposta por unha oferta turística configurada por experiencias saudables, socialmente responsables e que minimicen os impactos sobre o medio ambiente e a cultura do territorio, á vez que contribúe a xerar ingresos e emprego.
- ✓ Posta en marcha de liñas de actuación encamiñadas á capacitación, asesoramento e apoio ao sector en materias relacionadas con cambios, novas tendencias e esixencias de competitividade derivadas da pandemia (seguridade e saúde, dixitalización, innovación tecnolóxica e non tecnolóxica, novas fórmulas de promoción e comercialización, etc). A utilización de ferramentas tecnolóxicas debe verse en clave de oportunidade para numerosos procesos que incumben ao consumo turístico e á xestión dos destinos e empresas turísticas (Vera Reobollo e Ivars Baidal, 2020).
- ✓ Os esforzos para impulsar o sector dos eventos e do turismo de MICE deberán centrarse na retención a curto prazo daqueles congresos, feiras e outro tipo de eventos asentados dentro de Galicia; así como na posible captación e

desenvolvemento de eventos turísticos unha vez as medidas de emerxencia sanitaria permitan ás persoas agruparse de maneira segura en espazos públicos. Para iso será fundamental o traballo en rede entre as infraestruturas congresuais, feirais e de eventos durante o 2020 e para unha boa planificación do ano 2021.

- ✓ A implementación dun modelo de gobernanza como ferramenta de colaboración público-privada. A gobernanza será un proceso clave para a adaptación á nova realidade turística e isto está vinculado ás decisións técnico-político-administrativas participadas e á xestión profesional orientada a resultados. Un escenario de xestión turística onde as comunidades locais sentan parte activa e beneficiense en maior medida dos fluxos turísticos. En definitiva, implementar un ecosistema colaborativo onde compartir coñecementos e información que impulsen dinámicas cooperativas que teñan un carácter operativo e intelixente. Para ese efecto deberíanse organizar mesas de participación sectorial e cidadá utilizando ferramentas online. En función deste obxectivo, ante os constantes cambios e incertezas que están a xurdir en torno á COVID-19 e á actividade turística, é imprescindible contar cun observatorio capaz de recoller e interpretar toda a información sectorial, de tendencias e de evolución do turismo no destino para incorporar á toma de decisións. A xestión dos destinos turísticos nun escenario post-coronavirus necesitará de datos fiables da nova contorna no que os axentes tanto públicos como privados do sector definirán as súas estratexias de actuación, especialmente no referente aos cambios no comportamento da demanda e da comunidade local.

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.

Banco de España (2020). “Escenarios macroeconómicos de referencia para la economía española tras el COVID-19”. Boletín Económico del Banco de España.

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.

Berbel Giménez, G. e Reyes Gómez, J. D. (2020). “Impacto de la COVID-19 en la restauración. Estadísticas y visión de los expertos y de clientes”, 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. 127-146.

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 (Dir.), *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.

Fraiz Brea, J. A. e Tarrés Falcó, E. (2020). “Nuevas oportunidades para el turismo de salud y bienestar”, F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos (Dir.), *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 167-186.

Grande, J. (2020). “Turismo rural. Nuevos retos ante la pandemia del coronavirus”, F. J. Bauzá Martorell e F. J. Melgosa Arcos (Dir.), *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca; pp. 187-207.

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>

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 (Dir.), *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global: Análisis, perspectivas 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>

Piñeiro Antelo, M. A.; Pazos Otón, M. e 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 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

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*. Alicant, Generalitat Valenciana e Universitat de Valencia. Disponible en: <https://prospectcv2030.com/wp-content/uploads/2020/04/INFORME-TURISMO-Y-COVID19-CV.pdf>

NORMAS PARA OS AUTORES

1. Para que un traballo sexa considerado para a súa publicación como Documento de Traballo debe ser presentado previamente no ciclo de seminarios do IDEGA, de forma presencial ou telemática. Os autores deben poñerse en contacto co IDEGA para valorar a súa idoneidade e fixar a data (mariadolores.tunas@usc.es).
2. Despois da presentación nun seminario, os autores enviarán os seus traballos por correo electrónico á dirección mariadolores.tunas@usc.es, en formato PDF e WORD, e axustándose ás normas de edición que se citan nos seguintes puntos, para que sexan remitidos aos editores.
3. Cada texto deberá ir precedido dunha páxina que conteña o título do traballo e o nome do autor(es), as súas filiacións, dirección, números de teléfono e correo electrónico. Así mesmo, farase constar o autor de contacto no caso de varios autores. Os agradecementos e mencións a axudas financeiras incluíranse nesta páxina, na que tamén se fará mención a que o traballo foi presentado no ciclo de seminarios do IDEGA. En páxina a parte, incluírase un breve resumo na lingua na que estea escrito o traballo e outro en inglés, dun máximo de 200 palabras, así como as palabras clave e a clasificación JEL.
4. A lista de referencias bibliográficas debe incluír soamente publicacións citadas no texto. As referencias irán ó final do artigo baixo o epígrafe Bibliografía, ordenadas alfabeticamente por autores e de acordo coa seguinte orde: Apelido, inicial do Nome, Ano de Publicación entre parénteses e distinguindo a, b, c, en caso de máis dunha obra do mesmo autor no mesmo ano, Título do Artigo (entre aspas) ou Libro (cursiva), Nome da Revista (cursiva) en caso de artigo de revista, Lugar de Publicación en caso de libro, Editorial en caso de libro, Número da Revista e Páxinas.
5. As notas irán numeradas correlativamente incluíndose o seu contido a pé de páxina e a espazo sinxelo.
6. Os cadros, gráficos, etc. irán inseridos no texto e numerados correlativamente incluíndo o seu título e fontes.
7. O IDEGA confirmará por correo electrónico ó autor de contacto a recepción de orixinais.
8. Para calquera consulta ou aclaración sobre a situación dos orixinais os autores poden dirixirse ó correo electrónico do punto 2.
9. No caso de publicar unha versión posterior do traballo nalgunha revista científica, os autores comprométese a citar ben na bibliografía, ben na nota de agradecementos, que unha versión anterior se publicou como documento de traballo do IDEGA.