

EL TURISMO EN ESPAÑA TRAS EL COVID-19: RESILIENCIA, RECUPERACIÓN Y NUEVAS PREFERENCIAS (*)

Juan Antonio Duro Moreno

Universitat Rovira i Virgili

Melchor Fernández Fernández

Universidad Santiago de Compostela

Antonio Miguel Osorio Costa

Universitat Rovira i Virgili

Alejandro Pérez-Laborda

Universitat Rovira i Virgili

Jaume Rosselló Nadal

Universitat de les Illes Balears

Resumen

La pandemia del COVID-19 proporcionó una oportunidad única para analizar la resiliencia del sector turístico. Este estudio examina los determinantes de la recuperación del turismo en las provincias españolas entre 2020 y 2023, aplicando la teoría de las capacidades dinámicas. Utilizando datos de flujos hoteleros y un enfoque econométrico *cross-section*, se analiza la evolución de la resiliencia territorial en distintas fases de la crisis. Los resultados permiten identificar factores estructurales que explican las diferencias en la velocidad de recuperación, aportando evidencia empírica para orientar estrategias de gestión turística en contextos de alta incertidumbre y cambio dinámico.

Palabras clave: resiliencia, COVID-19, recuperación, España verde, destinos urbanos, distancia, estacionalidad.

Abstract

The COVID-19 pandemic provided a unique opportunity to analyze the resilience of the tourism sector. This study examines the determinants of tourism recovery across Spanish provinces between 2020 and 2023, applying the dynamic capabilities theory. Using hotel flow data and a cross-sectional econometric approach, the analysis explores the evolution of territorial resilience throughout different phases of the crisis. The results identify structural factors that explain variations in the speed of recovery, providing empirical evidence to guide strategic decision-making in tourism management under conditions of high uncertainty and dynamic change.

Keywords: resilience, COVID-19, recovery, green Spain, urban destinations, distance, seasonality.

JEL classification: L83, Z30.

I. INTRODUCCIÓN

EL COVID-19 supuso una ocasión inigualable para analizar el sector turístico. La pandemia evidenció la importancia del turismo en la

economía, poniendo de manifiesto que determinados destinos que parecían altamente competitivos para atraer turistas, no lo eran tanto cuando se trataba de mantener su fidelidad (Duro et al., 2024a). La pandemia transformó nuestros hábitos de consumo

y especialmente los ligados al ocio y al turismo, incluyendo aspectos como las fuentes de información utilizadas, la mayor digitalización del sector o las actitudes frente al riesgo (Aschauer y Egger, 2023; Ciesielski et al., 2024; European Commission, 2022; Fitriadi et al., 2022; Toubes et al., 2021).

A nivel mundial, el año 2024 supuso la recuperación de los niveles prepandemia (UNWTO, 2025), si bien buena parte de los destinos ya habían completado su recuperación. En España esa recuperación se llevó a cabo en el año 2023, donde con 85,2 millones de turistas internacionales ya se superaban los niveles alcanzados en el 2019 (83,7 millones) y se restablecía la tendencia creciente que llevó al país a alcanzar la cifra récord de los 94 millones en 2024 (INE, 2025).

En cualquier caso, los datos sobre la evolución regional del turismo internacional en España evidencian como tanto la intensidad de la crisis por la pandemia como la velocidad de la recuperación y la evolución pospandemia no han sido homogéneas. De esta manera, por ejemplo, mientras que en el año 2020 las islas Baleares presentaba caídas significativamente peores que la media nacional (87 por 100 frente al 77 por 100) y Galicia decrecía a un ritmo mucho más suave que el resto de comunidades (67 por 100 frente al 77 por 100), en el año 2023 comunidades como el País Vasco o Valencia presentaron ya unas cifras de turistas internacionales muy por encima de los niveles prepandémicos (24 por 100 más y 10 por 100 más, respectivamente) mientras que Cataluña, Castilla y León y Murcia no conseguían aún igualar las cifras de 2019 (entre un 5 y un 6 por 100 menos). En gran parte de España, el impacto final del COVID-19 no ha sido sustituir turismo internacional por turismo doméstico, sino exactamente lo contrario. Los últimos datos confirman un aumento del turismo internacional y un estancamiento del turismo interno (al mismo tiempo que los hogares residentes en este último año han incrementado significativamente sus viajes internacionales). Cuando se pensaba que el COVID-19 podría ser una oportunidad para reducir las emisiones vinculadas a los vuelos internacionales, la realidad parece ser la contraria.

La capacidad de un destino turístico para anticipar, resistir, adaptarse y recuperarse de per-

turbaciones externas, como crisis económicas, pandemias, desastres naturales o cambios en la demanda del mercado se conoce en la literatura como resiliencia (Calgaro et al., 2013; Hall et al., 2017; Prayag, 2018). De esta manera, la resiliencia de un destino turístico viene determinada por diferentes factores como la diversificación de la oferta turística, la estacionalidad, la sostenibilidad, la innovación, la gobernanza eficaz y la participación de la comunidad local (Izquierdo et al., 2020; Brida et al., 2022). Un destino con alta resiliencia turística no solo sobrevive a eventos adversos, sino que también aprende de ellos y se transforma, mejorando su competitividad y sostenibilidad a largo plazo y aumentando la velocidad de recuperación.

Este trabajo tiene como objetivo profundizar en el papel de los determinantes que influyen en la resiliencia y la recuperación de la actividad turística en las provincias españolas, examinando el proceso mediante el cual estas retornan a su estado de equilibrio previo o, alternativamente, transitan hacia una nueva trayectoria de crecimiento. La investigación se enmarca en la teoría de las capacidades dinámicas en contraposición a la teoría basada en los recursos que considera que la heterogeneidad de los recursos de los destinos es el principio para explicar el rendimiento de los destinos (Craig et al., 2023). La teoría basada en recursos ha sido criticada por su incapacidad para explicar cómo se desarrollan y despliegan los recursos para lograr una ventaja competitiva (Morgan et al., 2009) y por no tener en cuenta el impacto de los entornos de mercado dinámicos (Lengnick-Hall y Wolff, 1999).

Para superar estas limitaciones, la teoría de las capacidades dinámicas se ha utilizado para comprender las ventajas competitivas sostenibles en las redes interorganizacionales debido a su utilidad a la hora de comprender el rendimiento operativo (Beske et al., 2014). Las capacidades dinámicas se refieren a la capacidad de la organización para integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas para abordar entornos que cambian rápidamente (Teece et al., 1997). La globalización y un entorno rico en información han generado incertidumbres complejas y dinámicas en los destinos turísticos, por lo que el

despliegue de capacidades de recursos conduce a la adquisición de ventajas competitivas (Sainaghi y Baggio, 2017).

De esta manera, este estudio contribuye a la comprensión teórica del comportamiento turístico y la gestión de los destinos turísticos a través del concepto de dinámica de resiliencia analizando diferentes determinantes potenciales en el contexto que ha brindado la pandemia del COVID-19. El concepto de resiliencia se ha utilizado con frecuencia en relación con el cambio climático, la gestión de crisis y los peligros naturales, y tradicionalmente se ha abordado desde una perspectiva estática. En este trabajo, investigamos la dinámica de la vulnerabilidad analizando cómo y por qué los destinos vuelven a su situación inicial y emprenden su trayectoria pospandémica. En esta línea, investigamos si los factores que están detrás de la resiliencia a muy corto plazo continúan vigentes en los años posteriores de pandemia y, en caso de observarse un cambio, tratamos de dar una interpretación fundamentada de dicha evolución. Así, planteamos la hipótesis de que algunos determinantes, como la dependencia del sector turístico, pueden haber influido en la adopción de determinadas políticas que impulsaron la recuperación de la demanda turística.

Para contrastar nuestras hipótesis, en este estudio analizamos el comportamiento del turismo en los establecimientos hoteleros de las 50 provincias españolas. El hecho de centrarnos en datos hoteleros nos permite obtener cifras homogéneas y actualizadas de todas las provincias, centrarnos en flujos de alto impacto económico y considerar, además, las diferencias en la evolución de la demanda en función de su origen geográfico. Utilizamos, en particular, a los viajeros como indicador referencial, puesto que son el sujeto de decisión. Desde el punto de vista metodológico, el estudio se basa en un enfoque econométrico *cross-section* mediante modelos de regresión aplicados a datos provinciales para cada año del período 2020–2023. La variable dependiente —un indicador de resiliencia construido a partir de la comparación de los flujos de ocupación hotelera pre y pospandemia— se modela en función de un conjunto de predictores estructurales identi-

cados como fuentes de vulnerabilidad territorial. Esta estrategia permite analizar de forma dinámica la evolución y persistencia de los determinantes de la resiliencia, distinguiendo entre fases de *shock*, rebote técnico y recuperación estructural. El objetivo final es identificar patrones persistentes de resiliencia territorial y aportar evidencia empírica que oriente la toma de decisiones estratégicas en contextos de alta incertidumbre.

El trabajo se organiza de la forma siguiente. En la sección segunda se revisa, de manera sucinta, la principal literatura académica que examina la resiliencia turística. La sección tercera aborda los principales elementos metodológicos a tener en cuenta, incluyendo los aspectos ligados a los datos. La sección cuarta incluye los principales resultados obtenidos. La sección quinta se destina a un espacio para la discusión e implicaciones y se finaliza con un apartado de conclusiones.

II. RESILIENCIA Y TURISMO

El concepto de resiliencia ha cobrado gran importancia en el sector turístico debido a la creciente frecuencia de crisis económicas, desastres naturales, eventos meteorológicos extremos y, especialmente, con la pandemia. Generalmente, se acepta que el término resiliencia proviene de la ecología y la psicología, donde se refiere a la capacidad de un sistema o individuo para resistir y recuperarse de perturbaciones (Holling, 1973). En el contexto turístico, la resiliencia de un destino no solo implica recuperación, sino también transformación, lo que permite a los destinos volverse más sostenibles y competitivos (Biggs *et al.*, 2012; Prayag *et al.*, 2018).

La pandemia del COVID-19 ha representado uno de los mayores desafíos para el turismo global, impulsando la necesidad de estrategias resilientes. La literatura sugiere diversas estrategias para fortalecer la resiliencia en turismo, siendo la apuesta por la sostenibilidad una de las más recurrentes. En este sentido, Hall (2019) argumenta que la adopción de prácticas sostenibles reduce la dependencia de recursos no renovables y fomenta la conservación de los ecosistemas. Prayag (2018)

muestra cómo invertir en experiencias alternativas como el ecoturismo o el turismo rural ayuda a mitigar el impacto de crisis en sectores específicos. Recientemente, Sharples (2022) señala cómo la participación de las comunidades locales en el diseño de estrategias turísticas incrementa la resiliencia social y económica.

Estudios como el de Sigala (2020) resaltan la sostenibilidad, el turismo de proximidad y la importancia de la digitalización en la recuperación del sector. Esta línea también es apuntada por Ritchie y Crouch (2021) cuando destacan que la flexibilidad en las políticas turísticas y la adaptabilidad de las empresas son claves para la supervivencia en tiempos de crisis, pero también por Gössling y Scott (2021) al indicar que la inteligencia artificial y el *big data* permiten a los destinos anticipar crisis y mejorar la gestión turística.

Calgaro *et al.* (2014) destacan la relevancia de la gobernanza y la coordinación, subrayando que la resiliencia está condicionada por la cooperación entre el sector público y privado, así como por la implicación activa de la comunidad en los procesos de toma de decisiones. La infraestructura, la tecnología o la implementación de estrategias de aprendizaje poscrisis también han sido apuntadas como determinantes clave argumentándose que la inversión en tecnologías digitales, en infraestructuras sostenibles y la implementación de este tipo de estrategias fortalece la capacidad de respuesta de los destinos turísticos ante futuros eventos (Becken *et al.*, 2021; Cheer y Lew, 2017).

Por otro lado, uno de los factores más relevantes para explicar el turismo internacional y que, por tanto, ha afectado significativamente a la resiliencia de los destinos es la distancia de los mercados de origen. A diferencia del comercio, el turismo implica el transporte del consumidor, quien asume los riesgos y costes directos de transporte, tanto monetarios como no monetarios. La mejora de las comunicaciones, la liberalización del sector aéreo, la reducción de los costes operativos de las compañías de transporte, la popularización del transporte aéreo y los viajes de ocio, y las mayores facilidades para la obtención de visados (UNWTO, 2016) han propi-

ciado un aumento continuo del número de turistas internacionales, con una tendencia positiva solo interrumpida ocasionalmente por circunstancias temporales como ha sido el caso de la pandemia del COVID-19 (UNWTO, 2021).

En un mundo cada vez más integrado, con mejor conectividad y menores barreras para los viajes al extranjero, no debería haber razón para una mayor tendencia hacia los viajes nacionales en lugar de los internacionales, en igualdad de condiciones (Rosselló-Nadal y Santana, 2024). Sin embargo, el patrón de decaimiento de la distancia en la demanda turística es bien reconocido en la literatura y sostiene la noción de que la demanda de turismo internacional alcanza su pico cerca del origen y luego disminuye a medida que aumenta la distancia (McKercher y Mak, 2019; McKercher *et al.*, 2003 y, 2008; Sun *et al.*, 2018; Sun y Lin, 2019). Es importante señalar que el concepto de distancia no debe circunscribirse a su concepto físico. En su revisión de los modelos de gravedad aplicados a la demanda turística, Rosselló y Santana-Gallego (2012) muestran que paralelamente a la distancia física, la distancia cultural juega un papel determinante a la hora de explicar los flujos de turistas internacionales bilaterales.

En este sentido, Duro *et al.* (2021 y 2022a) relacionan el concepto de distancia con el de vulnerabilidad de los destinos precisamente en el marco del COVID-19 argumentando que los mercados son menos vulnerables cuando se encuentran más cerca y cuando tienen vínculos más estrechos por conocimientos mutuos e intercambios. Por otra parte, Duro *et al.* (2024b) comprueban cómo la inclusión de un pilar ligado al riesgo, en el que se considera, específicamente, la importancia de mercados próximos, mejora considerablemente la capacidad de un índice de competitividad a la hora de representar el comportamiento de los destinos ante la pandemia. Ligado a la distancia, la importancia del mercado doméstico ha sido también considerada como un factor de mitigación de la vulnerabilidad, en el sentido de que a mayor dependencia de mercados internacionales los destinos están expuestos a las perturbaciones internacionales, haciéndolos más vulnerables (Arbulú *et al.*, 2021; Barrot *et al.*, 2016; Duro *et al.*,

2024c Gnanon, 2016; Gössling *et al.*, 2020; Phuc y Dinh, 2020).

La concentración del mercado es otro factor que influye en la vulnerabilidad de los destinos (Bull y Weed, 1999; Sharpley, 2003). La concentración es un indicador de exposición que se encuentra habitualmente en la literatura sobre organización industrial y *marketing*. Hall *et al.* (2017) apuntan a la diversificación de mercados y productos, argumentando que un destino que depende de un solo mercado es más vulnerable a crisis económicas o geopolíticas. En este contexto, cabe destacar que, independientemente de la distancia, concentrar la demanda en un conjunto reducido de orígenes aumenta la exposición, ya que implica menos posibilidades de sustitución, lo que aumenta la vulnerabilidad del destino (Gallego y Font, 2019).

También la estacionalidad se ha identificado como un factor que aumenta la vulnerabilidad (Batista e Silva *et al.*, 2018; Duro *et al.*, 2021; Fernández-Morales *et al.* 2023; Koo *et al.*, 2016). El argumento es análogo al de la concentración del mercado, pero en este caso, centrando la atención en la dimensión temporal. Los destinos con una distribución más homogénea de la demanda a lo largo del año pueden resistir mejor la caída de la demanda (Batista e Silva *et al.*, 2018). La mayor concentración en meses específicos aumenta la exposición, lo que implica menos posibilidades de revertir el efecto del *shock* si este ocurre en los meses de mayor concentración de la demanda (Koo *et al.*, 2016).

De esta manera, la resiliencia en turismo es un concepto multidimensional que abarca factores económicos, sociales, ambientales y tecnológicos. La investigación sugiere que los destinos más resilientes son aquellos que diversifican su oferta, promueven la sostenibilidad y adoptan tecnologías innovadoras. Es por ello por lo que para analizar el impacto de la pandemia en los destinos españoles cabe identificar un conjunto de variables que pueden estar detrás de la explicación no solo del impacto en el corto plazo, sino en la dinámica en los años posteriores. Para tal objetivo, en la siguiente sección se analiza la metodología y los datos que van a ser utilizados.

III. METODOLOGÍA Y DATOS

El análisis que se quiere realizar se asocia con el esclarecimiento de la capacidad de respuesta ante el *shock* del COVID-19 por parte de las provincias españolas. Se han escogido las provincias porque es el nivel más detallado para el que disponemos de datos homogéneos, así como por su relevancia en términos de política turística (por ejemplo, en términos de promoción turística) y su mayor identificación con la noción de destino. La variable de demanda utilizada han sido los viajeros hoteleros, como medida asociada a los sujetos de decisión, su disponibilidad general e impacto. El análisis se va a llevar a cabo para el periodo comprendido entre 2020 y 2023, con el objetivo de evaluar el impacto directo del *shock* producido entre los meses que van de marzo a junio de 2020, así como su distribución territorial. Asimismo, se examinará el rebote “cuasitécnico” acaecido en 2021 y la fase de crecimiento posterior a la pandemia durante los años 2022 y 2023, en los que, como veremos, la demanda hotelera experimenta una recuperación muy significativa respecto a los niveles observados en 2019. Como indicador de resiliencia se tomará como el porcentaje de variación de la demanda hotelera en cada año respecto al valor correspondiente en 2019, considerado este como el último ejercicio con condiciones “normales”. En otras palabras, se analizará el crecimiento relativo de la demanda respecto a 2019.

El análisis, como hemos avanzado, pretende dilucidar de que ha dependido la capacidad de resistencia/adaptación de las provincias españolas ante el abrupto cambio sucedido en 2020, en el que se evaporan todos los flujos durante meses de 2020 y durante los meses siguientes se mantiene una cierta afectación de la movilidad internacional. Para ello necesitamos tener un modelo conceptual que nos guíe en la elección de las variables e indicadores, y podamos testar, de manera continuada, a lo largo de estos años y, por tanto, verificar cambios en los roles de las variables, a medida que el *shock* ha ido dejando paso de manera progresiva a la llamada “normalidad”. Queremos, por ejemplo, responder a preguntas como: ¿en qué medida los factores que han emergido, como determinantes de la resiliencia, se han mantenido, una vez dejada atrás la crisis, y, por tanto, han desempeñado un cambio en los

GRÁFICO 1
DIMENSIONES, MEDIDAS Y RESILIENCIA



Fuente: Elaboración propia

patrones de decisión a medio plazo de los turistas? ¿En qué medida, en particular, los años 2022 y, en especial, en 2023, todavía persisten mecanismos e indicadores pandémicos? O, por el contrario, ¿en estos años hemos abandonado los patrones característicos previos y hemos vuelto a la normalidad, como si nada hubiera pasado? En este sentido, vamos a utilizar el enfoque de indicadores que se ha sugerido en la literatura, y que combinan operatividad y sencillez, para distinguir cuatro dimensiones/ indicadores que podrían explicar la resiliencia/ resistencia ante el shock a nivel territorial español.

Del marco conceptual que surge de la revisión de la literatura analizada en la sección anterior, se

CUADRO N.º 1
DEFINICIONES DE LA RESILIENCIA HOTELERA Y VARIABLES EXPLICATIVAS

VARIABLES		DEFINICIONES
Resiliencia (total, doméstica, internacional)	RES	Variación relativa, expresada en tanto por uno, de los viajeros hoteleros —totales, domésticos o internacionales— en un año determinado respecto al valor registrado en 2019.
Peso en el mercado doméstico	DOM	Proporción, expresado en tanto por uno, del total de viajeros hoteleros en 2019 que eran residentes en el mismo país (es decir, turistas nacionales).
Peso mercados distantes	DIST	Proporción, expresada en tanto por uno, de los viajeros hoteleros internacionales en 2019 que procedían de países extracomunitarios (excluyendo la Unión Europea y, a partir de 2022, también el Reino Unido).
Estacionalidad	EST	Proporción, expresado en tanto por uno, de los viajeros hoteleros en 2019 que realizaron sus estancias durante los tres meses con mayor volumen de demanda.
Intensidad turística	INTENS	Proporción, expresada en tanto por uno, de viajeros hoteleros en 2019 respecto a la población residente.
Sol y playa	SOLYP	Variable binaria que toma el valor 1 si la provincia está situada en la costa mediterránea, la costa atlántica sur o corresponde a una provincia insular (en concreto: Gerona, Barcelona, Tarragona, Castellón, Valencia, Alicante, Murcia, Almería, Málaga, Granada, Islas Baleares, Tenerife, Gran Canaria, Huelva o Cádiz), y 0 en caso contrario.
España Verde	VERDE	Variable binaria que toma el valor 1 si la provincia forma parte de la “España Verde” (en concreto: La Coruña, Lugo, Orense, Pontevedra, Asturias, Cantabria, Álava, Vizcaya, Guipúzcoa o Navarra), y 0 en caso contrario.
Turismo urbano	URB	Variable binaria que toma el valor 1 si la provincia contiene una de las diez capitales más visitadas en 2019 (Madrid, Barcelona, Sevilla, Islas Baleares, Granada, Valencia, Málaga, Zaragoza, Córdoba o Vizcaya), y 0 en caso contrario.

Fuente: Elaboración propia.

podrían agrupar los principales determinantes de la resiliencia turística en cuatro grandes ejes tal como aparece en el gráfico 1 y en donde la distancia, la estacionalidad, la intensidad y las características del producto turístico constituyen cuatro elementos fundamentales de determinación de la resiliencia. Obviamente, estas dimensiones no agotan los determinantes posibles, como la revisión de la literatura ha puesto de manifiesto. En todo caso, entendemos que es una referencia operativa razonable para un análisis cuantitativo útil.

Los indicadores de resiliencia y potenciales determinantes utilizados para nuestro caso de estudio se recogen en el cuadro n.º 1.

El análisis de los determinantes de la resiliencia provincial para cada uno de los años del período 2020-2023 se realiza a través de regresión múltiple. En particular se considera una especificación lineal de la forma:

$$y_t = XB_t + \varepsilon, \quad [1]$$

donde y es la Resiliencia (RES); X es el vector de determinantes y que incluye tanto los regresores continuos y las variables categóricas; B es el vector de parámetros a estimar; t denota la posibilidad de que este vector varíe con los años; ε es el término de error. Para la estimación de los parámetros B se ha optado por una estimación *cross-section* para cada año que, a pesar de su simplicidad, permite una mayor flexibilidad que permite responder a las preguntas de investigación planeadas sin imponer ningún tipo de restricción sobre la evolución de los parámetros.

IV. RESULTADOS

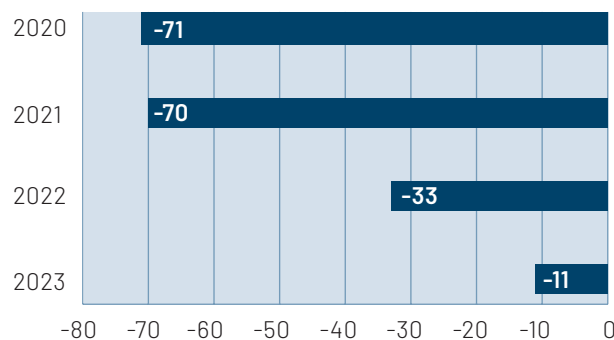
1. Análisis descriptivo de la resiliencia

La pandemia del COVID-19 llegó en marzo de 2020 a España y asoló las economías, y en especial la demanda de ocio, como no se había visto antes. Las medidas de restricción de la movilidad, que fueron tajantes hasta mediados de junio, dejaron la actividad casi a 0. Tras la progresiva apertura, la demanda empezó a activarse, aunque

básicamente asociada al mercado doméstico en aquel año, gran válvula de escape. En todo caso, el mundo se sumió en una crisis histórica en cuanto a los flujos turísticos globales. Las cifras arrojadas por UNWTO (2025) son esclarecedoras (gráfico 2). Así, por ejemplo, en 2020 las llegadas internacionales a nivel mundial se redujeron un 71 por 100 respecto al valor conseguido en 2019. En 2021 el ajuste siguió igual de rotundo, y la reducción todavía fue del 70 por 100 respecto a 2019. En 2022 la recuperación llevó a que la mengua respecto a 2019 fuera ya del 33 por 100, por un ya menor 11 por 100 en 2023. A nivel global, pues, en 2023 no se había recuperado del todo la demanda de 2019 (recuerde el lector que los números anteriores solo se refieren a los viajeros internacionales).

GRÁFICO 2
AJUSTE DE LA DEMANDA INTERNACIONAL MUNDIAL, 2020-2023

En porcentaje



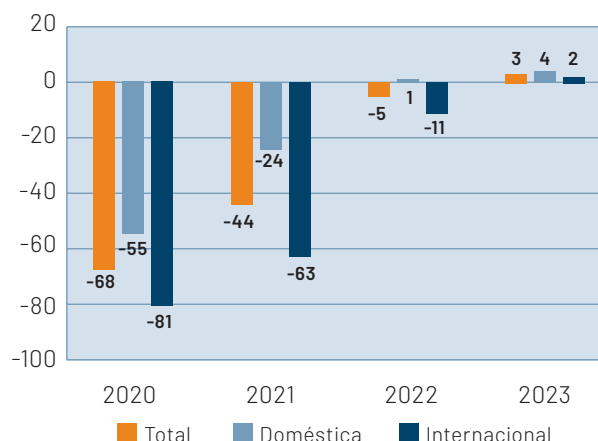
Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir UNWTO.

El gráfico 3 presenta la evolución de la resiliencia de la demanda hotelera en España desde 2020 a 2023, distinguiendo entre el mercado doméstico e internacional. Se observan claramente los estragos del *shock* en la demanda en 2020, con una disminución de un 68 por 100 a nivel general, y de un 81 por 100 a nivel de mercado internacional. El mercado doméstico se redujo un 55 por 100, corroborando su mayor resistencia en ese año. Desde entonces, la recuperación progresiva de la demanda ha hecho incrementar la resiliencia hasta que en 2022 el mercado doméstico se recupera ya completamente (a nivel nacional), haciéndolo el merca-

GRÁFICO 3
RESILIENCIA DE LA DEMANDA HOTELERA EN ESPAÑA,
2020-2023

En porcentaje



Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de INE.

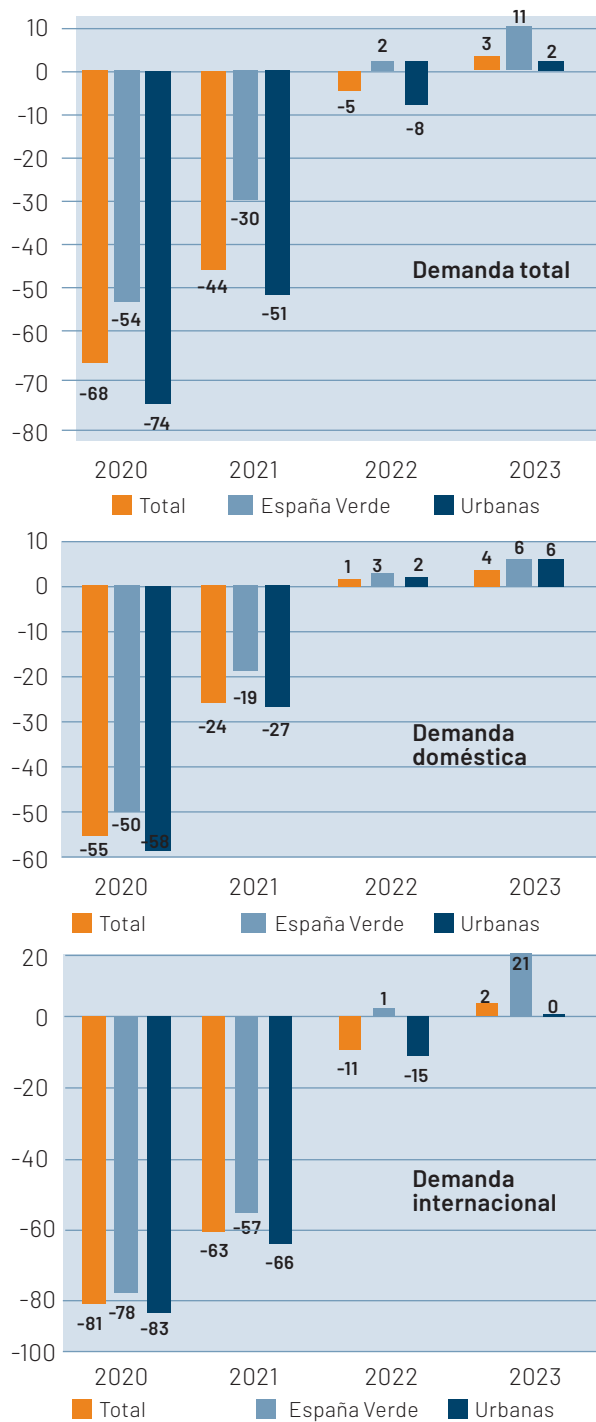
do internacional en 2023. Por eso entendemos que el período de análisis completo es consistente con un análisis cualitativo de resiliencia.

Otra lectura interesante del gráfico 3 es la divergencia creciente entre los mercados doméstico e internacional en 2022-2023. Mientras que en 2020 y 2021 la recuperación de ambos seguía un patrón más o menos sincrónico, en 2022 y 2023 se observa cómo el mercado internacional crece con más intensidad que el doméstico. Esto puede interpretarse no solo como un “retorno a la normalidad”, sino también como una recomposición de las preferencias, donde el turista extranjero muestra mayor propensión a consumir destinos nacionales que antes de la pandemia. Esta recomposición puede tener implicaciones para la planificación turística, y en cuanto al reposicionamiento de ciertos destinos en el mapa internacional.

Cuando se analiza la resiliencia para las provincias situadas en la España Verde y en las urbanas (gráfico 4), siguiendo la aproximación descrita en el cuadro n.º 1, se observa que las provincias de la zona septentrional no solo resistieron mejor en 2020, sino que han crecido más que la media en todos los años posteriores. De hecho, en 2022 la demanda en esta

GRÁFICO 4
RESILIENCIA DE LA DEMANDA HOTELERA EN ESPAÑA,
2020-2023: TOTAL, VERDE Y URBANAS

En porcentaje



Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de INE.

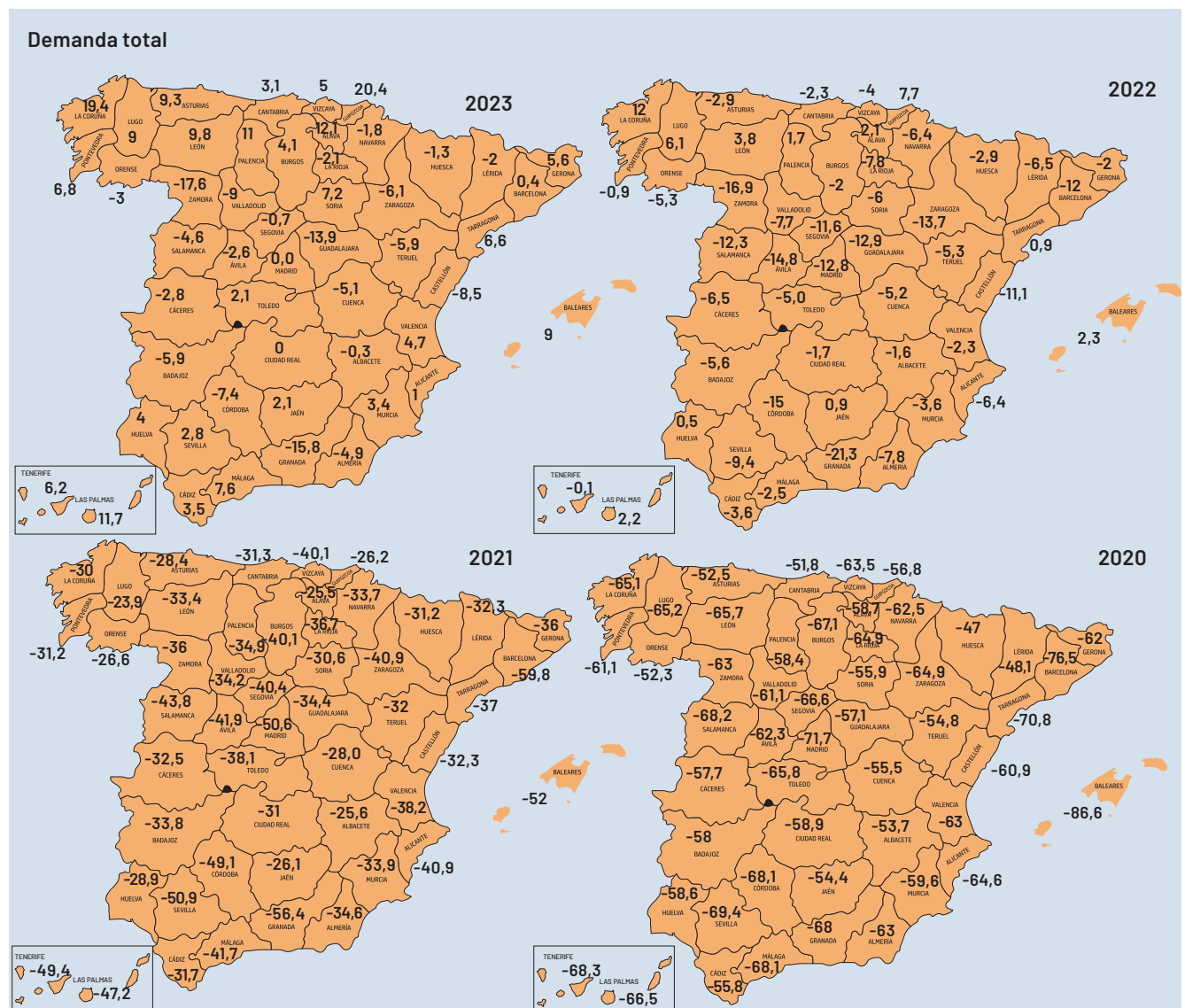
zona era ya un 2 por 100 superior a la de 2019, siendo en 2023 un significativo 11 por 100 superior. Esta evolución diferencial de las provincias de la España verde se atribuye en especial al mercado internacional, y de manera muy llamativa en 2023, con un crecimiento del 21 por 100 respecto a 2019. Por el contrario, en las provincias urbanas los estragos en 2020 fueron superiores, pero, también se han recuperado en los años posteriores a unos ritmos similares a los generales, habiendo recuperado ya toda la demanda en 2023.

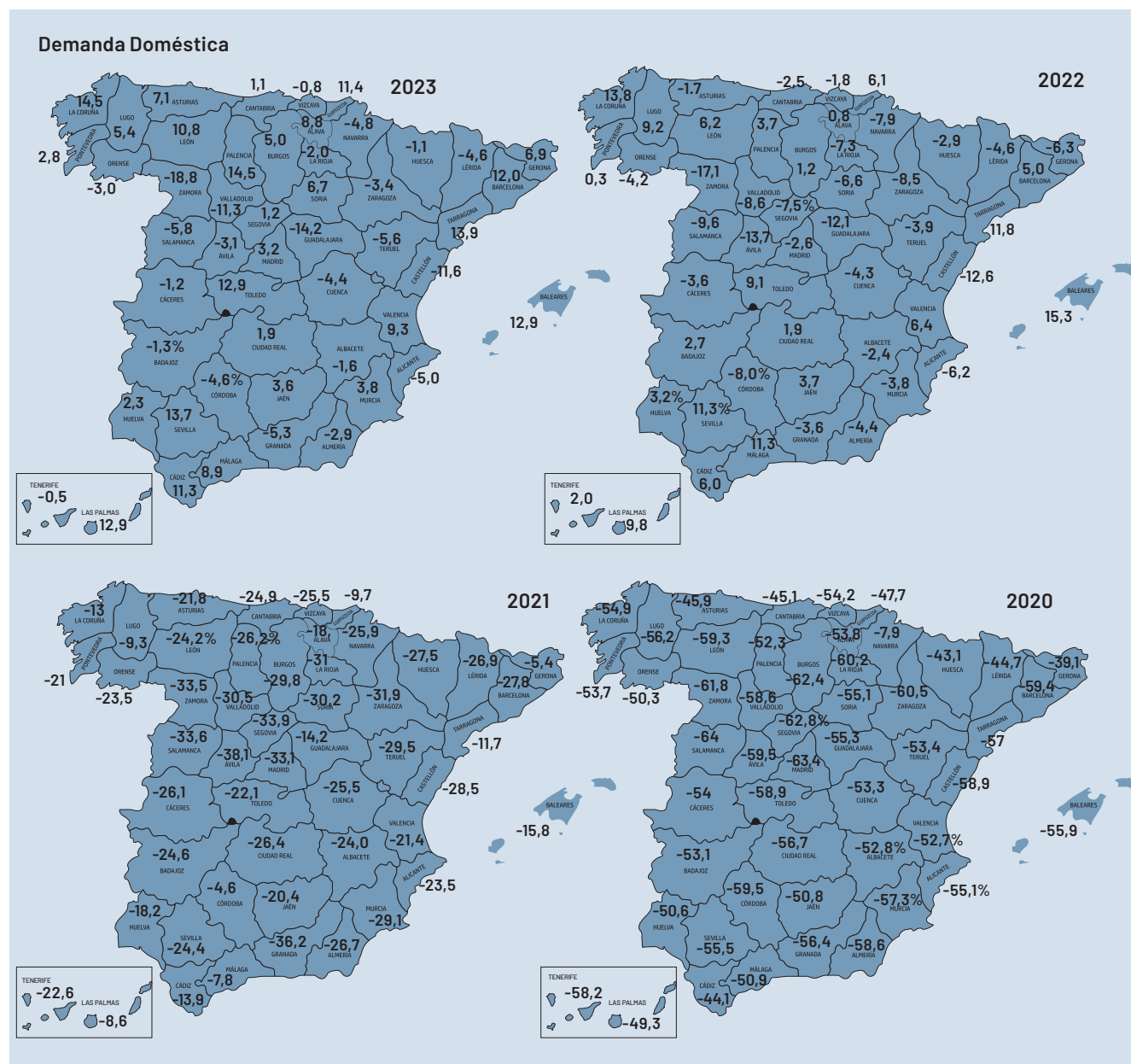
Los mapas (gráfico 5) nos permiten ver la dinámica de la resiliencia repartida en el territorio y para los grandes mercados. Las tasas de cambio con respecto al 2019 van cambiando, con generalidad, desde caídas muy significativas globales del 2020 hasta crecimientos generalizados en 2023. Note el lector que, a pesar del patrón global, en el caso de mercado internacional la resiliencia no es homogénea, sobresaliendo la recuperación de las provincias del norte de España.

GRÁFICO 5

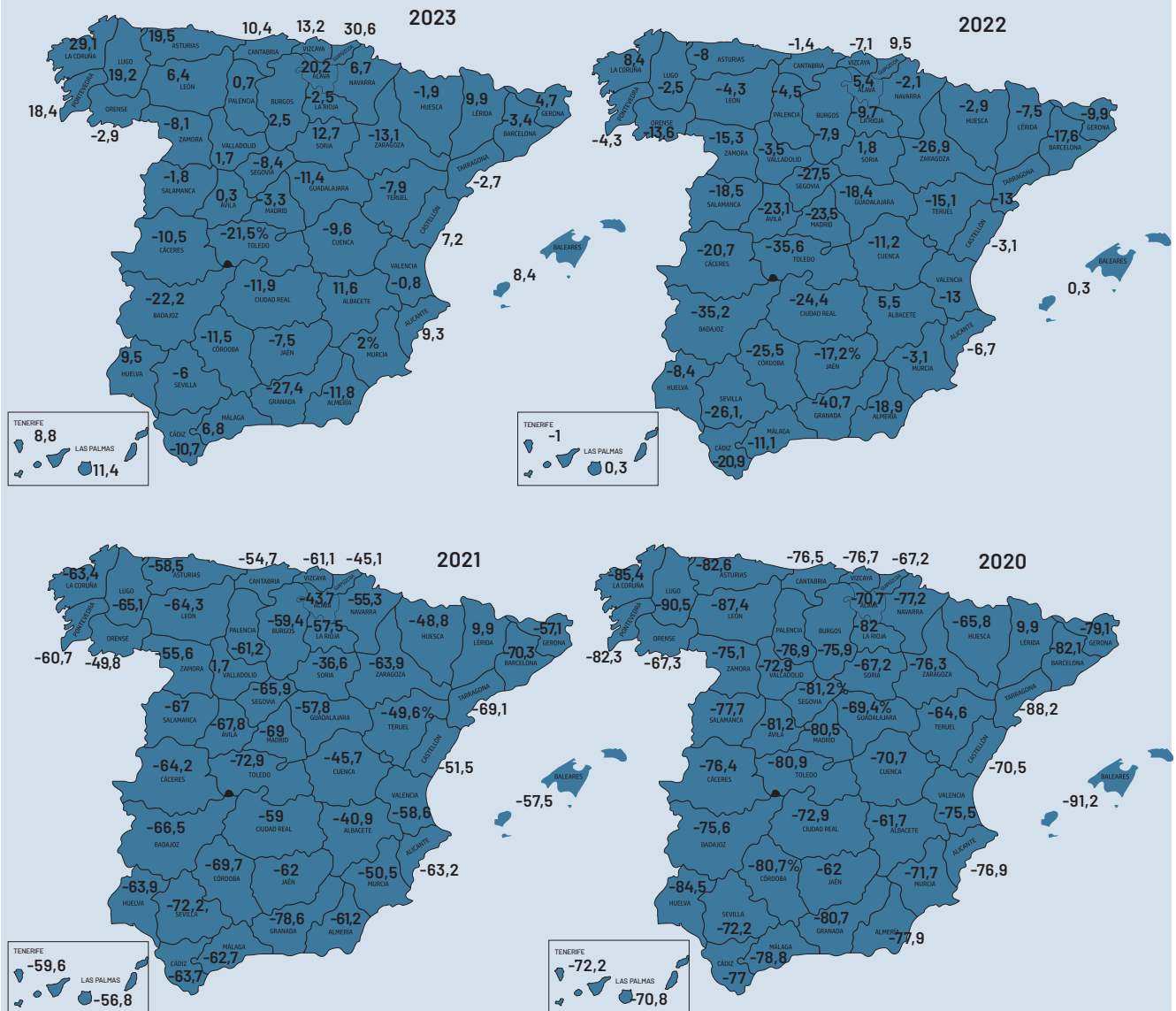
RESILIENCIA DE LA DEMANDA HOTELERA EN ESPAÑA, TOTAL Y GRANDES MERCADOS, 2020-2023

En porcentaje





Demanda Internacional



que en lo que respecta al mercado doméstico ya aparecen provincias consolidadas como Girona, Málaga, Las Palmas, Tarragona o Islas Baleares. El mercado nacional comienza a regresar a los destinos masivos de sol y playa, cosa que no ocurre todavía con el mercado internacional. El año 2022, primero cuasi-normal, ya aparecen en el *ranking* provincias consolidadas como Balears, Las Palmas o Tarragona. Y esto se produce por el crecimiento del mercado doméstico en estas provincias o

bien por la resiliencia del mercado internacional. Nótese que en todos los casos top 10 la demanda ya se ha recuperado en su totalidad. El año 2023 el crecimiento es ya considerable en las provincias top, en las que se incluyen tanto sol y playa como de interior/naturales/norte (nuevamente cinco de ellas España Verde). Obsérvese que en 2023 y para el mercado internacional las siete provincias con mayor crecimiento en la demanda pertenecen todas ellas a la marca España Verde.

CUADRO N.º 2

TOP 10 PROVINCIAS MÁS RESILIENTES EN DEMANDA HOTELERA (VIAJEROS TOTALES), 2020-2023

Porcentaje

2020		2021		2022		2023	
Huesca	-47	Lugo	-24	Coruña, La	12	Guipúzcoa	20
Lérida	-48	Álava	-25	Guipúzcoa	8	Coruña, La	19
Cantabria	-52	Albacete	-26	Lugo	6	Álava	12
Orense	-52	Jaén	-26	León	4	Palmas, Las	12
Asturias	-53	Guipúzcoa	-26	Islas Baleares	2	Palencia	11
Albacete	-54	Orense	-27	Palmas, Las	2	León	10
Jaén	-54	Cuenca	-28	Álava	2	Asturias	9
Teruel	-55	Asturias	-28	Palencia	2	Lugo	9
Cuenca	-55	Huelva	-29	Jaén	1	Islas Baleares	9
Cádiz	-56	Coruña	-30	Tarragona	1	Málaga	8

Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de INE.

CUADRO N.º 3

TOP 10 PROVINCIAS MÁS RESILIENTES EN DEMANDA HOTELERA (VIAJEROS DOMÉSTICOS), 2020-2023

Porcentaje

2020		2021		2022		2023	
Gerona	-39	Gerona	-5	Islas Baleares	15	Coruña, La	14
Huesca	-43	Málaga	-8	Coruña, La	14	Palencia	14
Cádiz	-44	Palmas, Las	-9	Tarragona	12	Tarragona	14
Lérida	-45	Lugo	-9	Sevilla	11	Sevilla	14
Cantabria	-45	Guipúzcoa	-10	Málaga	11	Islas Baleares	13
Asturias	-46	Tarragona	-12	Palmas, Las	10	Palmas, Las	13
Guipúzcoa	-48	Coruña, La	-13	Lugo	9	Toledo	13
Palmas, Las	-49	Cádiz	-14	Toledo	9	Barcelona	12
Orense	-50	Islas Baleares	-16	Gerona	9	Guipúzcoa	11
Huelva	-51	Álava	-18	Valencia	6	Cádiz	11

Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de INE.

2. Modelo econométrico de resiliencia

Vamos ahora a examinar el papel de los potenciales determinantes de esta resiliencia a nivel territorial, y su capacidad de explicación de las di-

ferencias año tras año (cuadro n.º 5). Nótese la falta de homogeneidad de los años de período: 2020 el del shock, 2021 el del rebote técnico, y todavía vestigios sobre la movilidad, 2022 casi-normalidad y 2023 supuesta normalidad. El análisis de los re-

CUADRO N.º 4

TOP 10 PROVINCIAS MÁS RESILIENTES EN DEMANDA HOTELERA (VIAJEROS INTERNACIONALES), 2020-2023

Porcentaje

2020		2021		2022		2023	
Albacete	-62.	Soria	-37	Guipúzcoa	10	Gipuzkoa	31
Lérida	-63	Albacete	-41	Coruña, La	8	Coruña, La	29
Teruel	-65	Araba	-44	Albacete	6	Álava	20
Huesca	-66	Guipúzcoa	-45	Álava	5	Asturias	20
Guipúzcoa	-67	Cuenca	-46	Soria	2	Lugo	19
Soria	-67	Huesca	-49	Islas Baleares	0	Pontevedra	18
Orense	-67	Teruel	-50	Palmas, Las	0	Vizcaya	13
Guadalajara	-69	Orense	-50	Tenerife	-1	Soria	13
Castellón	-71	Murcia	-50	Cantabria	-1	Albacete	12
Álava	-71	Valladolid	-51	Navarra	-2	Palmas, Las	11

Nota: Porcentajes de la demanda anual frente a demanda 2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de INE.

sultados procedentes del modelo Total (que incluye tanto el doméstico como el internacional) permite observar diferentes puntos relevantes

En primer lugar, el modelo *cross-section* (y recuérdese que con datos agregados) explica una parte importante de las diferencias en la resiliencia provincial, a pesar de su sencillez. En particular, es de reseñar su capacidad explicativa en 2020 y, sobre todo, en 2021, donde las variables incluidas llegan a explicar el 81 por 100 de las diferencias provinciales en la resiliencia. El modelo en 2023 sigue explicando más del 50 por 100 (el 54 por 100, concretamente) de las diferencias totales.

En segundo lugar, cabe destacar el papel del peso en la especialización “inicial” del mercado doméstico como factor explicativo. En este sentido, se observa un efecto significativo y claramente positivo en 2020 y 2021, pero cambia de signo en los años posteriores, en consonancia con el proceso de recuperación. Así, el cambio en el signo puede interpretarse como el paso del período de *shock* a uno post-*shock* o de proceso hacia la normalidad, o hacia una nueva normalidad. Nótese, que en el año 2023 el coeficiente es elevado, indicando, pues, las bondades del peso del mercado internacional para crecer más, diame-

tralmente opuesto a lo sucedido en 2020 y 2021. No resulta sorprendente que, durante los años marcados por el *shock*, esto es, 2020 y 2021, todos los destinos orientaran sus esfuerzos hacia la captación del mercado doméstico, en respuesta a las dificultades que presentaba el mercado internacional, especialmente el de orígenes más lejanos.

Tercero, el peso de los mercados lejanos y de la estacionalidad jugaron un papel relevante, pero solo en el año 2020, dejándolo de ser, luego, fiel reflejo de la atipicidad de ese año.

Cuarto, la intensidad de la demanda no es buena para la resiliencia en el período, aunque el efecto no es especialmente contundente. Este es un factor, pues, que puede haber quedado para el futuro.

Quinto, las provincias situadas en el norte de España, que de hecho se promocionan con el paraguas de la España Verde, se han visto especialmente beneficiadas en este período. Y este beneficio diferencial, lejos de apagarse con el avance de la normalidad, se ha visto acrecentado con los años.

Por otra parte, las provincias urbanas se han visto generalmente menos favorecidas por la

CUADRO N.º 5

RESULTADOS REGRESIÓN: EFECTOS DE INDICADORES DE VULNERABILIDAD SOBRE TOTAL DE DEMANDA HOTELERA, Y GRANDES MERCADOS, EN ESPAÑA (2020-2023)

	TOTAL			
	2020	2021	2022	2023
DOM	,287***	,243***	-,171***	-,306***
DIST	-,164**	-,090	-,092	-,009
EST	-,338**	,084	,149	,208
INTENS	-,000	-,009**	-,008*	-,011**
VERDE	,051***	,077***	,065***	,082***
SOLYP	,021	,031	-,005	-,012
URB	-,015	-,050**	-,067**	-,065**
constant	-,654***	-,519***	,074	,184**
R ²	,672	,813	,526	,542
R ² ajustado	,617	,782	,447	,465
Obs.	50	50	50	50

	MERCADO DOMÉSTICO			
	2020	2021	2022	2023
DOM	,025	-,261***	-,335***	-,352***
DIST	-,120	,007	,167	,225**
EST	,049	,262	,328*	,343
INTENS	,001	-,010**	-,006	-,009
VERDE	,049**	,075***	,031	,030
SOLYP	,016	,040	-,002	-,010
URB	-,008	-,065**	-,044	-,052
constant	-,554***	-,141*	,072	,097
R ²	,240	,600	,538	,416
R ² ajustado	,114	,533	,460	,318
Obs.	50	50	50	50

	MERCADO INTERNACIONAL			
	2020	2021	2022	2023
DOM	,169***	,218***	-,060	-,180*
DIST	-,306***	-,531***	-,698***	-,467***
EST	-,864***	-,664***	-,200	,210
INTENS	,000	,001	-,005	-,010
VERDE	,015	,063**	,118***	,172***
SOLYP	,036	,008	-,044	-,062
URB	-,014	-,003	-,026	-,018
constant	-,490***	-,347***	,242**	,238*
R ²	,490	,519	,608	,601
R ² ajustado	,406	,439	,542	,535
Obs.	50	50	50	50

Nota: *** Significativo al 1 por 100; ** significativo al 5 por 100; * significativo al 10 por 100. Para la definición de las variables, ver cuadro n.º 1.

recuperación, tal como se observa por el signo y significación del parámetro correspondiente.

Con respecto a los modelos del mercado doméstico, en particular, podría reseñarse que las provincias de la España Verde se vieron favorecidas en los primeros años, pero no especialmente en los dos últimos. El impulso de la demanda en estos destinos en los últimos años se observa en el mercado internacional. El caso particular de la aplicación del modelo de resiliencia agregado para este mercado es especialmente interesante. Así, las provincias que tenían mayor peso de mercados distantes (fuera de la Unión Europea) se han recuperado en menor medida. Resultado relevante a señalar es que la estacionalidad también jugó un papel en 2021, reflejo de la persistencia de los efectos del *shock* en ese año. El coeficiente que aglutina el comportamiento de la España Verde en los mercados internacionales se habría casi triplicado.

Asimismo, cabe destacar la pérdida de significancia de las variables DIST y EST a partir de 2021 en el modelo agregado, lo cual podría reflejar la “normalización” de las restricciones de movilidad y el menor peso de las limitaciones estructurales una vez superadas las fases más restrictivas de la pandemia. Sin embargo, esta atenuación no es permanente: en el modelo del mercado internacional, DIST sigue mostrando un efecto negativo robusto en todos los años, lo que subraya la persistencia de una penalización para los destinos más dependientes de mercados lejanos, incluso en un contexto de recuperación.

Por otra parte, la creciente relevancia de la variable VERDE, especialmente en el mercado internacional, señala el éxito coyuntural de este tipo de provincias, y la reconfiguración potencial de las preferencias turísticas hacia este tipo de destinos que combinan atributos naturales, patrimoniales de sostenibilidad y menor densidad (en general). Simultáneamente, la variable INTENS muestra efectos negativos consistentes, aunque no siempre significativos, lo que puede interpretarse como una penalización a la saturación previa. O sea, los destinos con mayor presión turística pre-COVID han tenido mayores dificultades en adaptarse al *shock* inducido por la pandemia.

V. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES

La llegada del COVID-19 a los diferentes países, a partir de los procesos de contagio, favorecidos por la elevada movilidad mundial, atenazó al mundo durante meses. De los sectores afectados, sin duda, el turismo y el ocio fue uno de los que más, lo cual es lógico dado su grado de apertura (Nicola *et al.*, 2020). Nos habíamos acostumbrado a un crecimiento cuasi infinito y costó creer lo que pasó. En España, el *shock* comenzó a finales de marzo de 2020, con el cierre total dictado por el Gobierno, y la esperanza consistía en salvar el verano como se pudiera, fundamentalmente a partir del mercado doméstico. Atributos como la distancia social, los espacios abiertos, la naturaleza ganaron valor. Aunque a todos los destinos les fue mal ese año, las pérdidas no se distribuyeron de manera igualitaria.

Como hemos visto, las provincias españolas situadas en el norte (zona cantábrica), y algunas interiores, aguantaron mejor (siendo una crisis en toda regla también para estas). En 2021, en el que se produjo un efecto rebote (mayor movilidad y enorme deseo por viajar), el mercado doméstico comienza a volver a confiar en las provincias de sol y playa, que inician una recuperación potente (Cataluña, Baleares, Málaga). El año 2022 y 2023, serán los de la “casi” normalidad. Algunas provincias ya en el 2022 recuperarán la demanda que obtuvieron en 2019, y casi todas lo harán ya en 2023. Por tanto, 2023 podemos considerar ya el fin del ciclo post-*shock* y de recuperación. La pregunta es: ¿a partir de 2022, nos hemos olvidado de lo que ocurrió? Y, por tanto, ¿los patrones han vuelto a la época pre-COVID? O, algo ha quedado en el tintero y lo de ahora es una nueva normalidad, diferente a la pre-COVID.

El análisis que hemos realizado en este trabajo nos sugiere un sí y un no. Mejor dicho, la nueva realidad, sin ser enteramente la vieja, sí que retiene algunos elementos pretéritos. Así las cosas, por ejemplo, la especialización inicial en el mercado doméstico, como garantía para crecer más (o resiliir más), ya no retiene su valor positivo a partir de 2022, como sí había sido clave en los años 2020 y 2021. En estos dos primeros años volvimos a

descubrir el valor de lo cercano, de los mercados “seguros”, más allá de su perfil de gasto o de su impacto económico en el destino. Las campañas de atracción se sucedieron en todos los lados bajo mensajes ligados a la cercanía, a la seguridad o al bienestar. En contraste, esto ya no sucederá en 2022 o 2023, sino que ocurre a la inversa. Así, las provincias, de hecho, que más crecerán una vez pasado lo peor, serán las menos especializadas en estos mercados y, en consecuencia, más en los internacionales, retornando a la percepción previa. Este efecto se hace especialmente pronunciado en 2023, bajo el paraguas de la gran expansión del mercado internacional en España.

No obstante, los datos sugieren novedades. Entendemos que la principal, por su relevancia, y creciente importancia, son los resultados diferenciales obtenidos por la España Verde, que aglutina las provincias de Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco, bajo una marca global que se posiciona bajo atributos como los activos naturales, culturales, gastronómicos y patrimoniales. Favorecidos por la imagen de menor densidad de población y espacios idílicos para la desconexión (en general), esta zona resistirá mejor los estragos de la crisis en 2020 y 2021, catapultados por las preferencias del mercado doméstico, y articularán su crecimiento en los años 2022 y 2023 ahora de la mano de los mercados internacionales. Así, pues, estos territorios salen de la crisis especialmente favorecidos.

Por otra parte, habría que reseñar la menor resiliencia, o recuperación, de las provincias “urbanas” frente al resto (no estamos diciendo que no se hayan recuperado, sino que el crecimiento es menor que el resto). Este efecto, asociado al *shock*, se mantiene todavía hoy (en 2023). En todo caso, y a nivel de política turística, no parecería un resultado especialmente negativo, dada la problemática asociada al sobreturismo en estos destinos (Butler y Dodds, 2022). El hecho de que estas provincias no lideren la recuperación puede ser una señal de un mercado en favor de modelos menos intensivos, y debería alentar políticas de redistribución espacial de la demanda.

En el caso del mercado internacional, y más allá de su preferencia creciente por el norte de

España, parece interesante comentar que todavía se mantiene el efecto negativo de la especialización en mercados internacionales lejanos. Así, lo que se recupera de los mercados internacionales, y se expande en los últimos años, es el mercado de la Unión Europea, por tanto, cercanos. Los mercados extracontinentales siguen sin crecer de manera relevante todavía. De esta manera, el período actual ha revalorizado el mercado europeo como fuente de recuperación de la demanda y la actividad turística.

De todo lo anterior, ¿qué hemos aprendido cara al futuro?, si es que hemos aprendido algo. En primer lugar, hemos aprendido que harían bien los destinos en incluir la gestión del riesgo como variable estratégica en su planificación. Por mucho que se crezca, y se crezca bien, el sector está sometido a más *shocks* potenciales que el resto y que pueden ser de diversa índole. Haríamos bien en “proteger” una parte de la actividad y en diseñar estrategias de resistencia y de adaptación según el caso. Esta estrategia puede pasar por mejorar los indicadores de vulnerabilidad a los que hemos aludido, o a instrumentos de gobernanza. La realidad hasta ahora, al menos hasta 2020, habría sido no tomarnos muy en serio el riesgo. La pandemia ha dejado este poso. Por ejemplo, en Duro *et al.* (2023) se sostiene la necesidad de revisar el concepto de competitividad en los destinos, y su operatividad, para incluir factores de riesgo a modo de una especie de “competitividad” ajustada.

En segundo lugar, y ya entrando en los indicadores analizados y los resultados obtenidos, sería conveniente cuidar al mercado doméstico a modo de retener una “demanda de seguridad” en los destinos, especialmente en los más consolidados. Si bien es cierto que este mercado tiene una menor estancia media y gasto que los mercados internacionales, es más fiable y puede reaccionar mejor ante crisis (por ejemplo, una menor elasticidad-renta). Ahora, que el mercado internacional vuelve a crecer, y a concentrar los esfuerzos de promoción, no deberíamos olvidar, pues, las bondades de estos mercados.

Tercero, la mayor estacionalidad turística fue un hándicap en el año 2020. Para el mercado

internacional también actuó en 2021. La estacionalidad sabemos que no es buena por muchas razones (su impacto económico, social o medioambiental), pero ahora conocemos que tampoco lo es por asuntos de riesgo. Harían bien los destinos en redoblar sus esfuerzos para mitigar este desequilibrio y lograr una distribución más homogénea de la actividad en el tiempo que permita, entre otras cosas, poder compensar caídas abruptas de la actividad concentradas en unos meses en particular.

Cuarto, y en lo que respecta a los mercados internacionales, la pandemia ha situado en buen lugar a los mercados más próximos, con los que se comparte frontera y a los mercados de la UE. Los mercados emisores limítrofes, que pueden venir en vehículo privado, y que implican menor coste de viaje podrían considerarse pseudomercados domésticos. En el caso español, el mercado francés y el portugués son paradigmáticos en este sentido. Haríamos bien, análogamente, en proteger esta demanda cara al futuro. Estos resultados invitarían, pues, a revisar de forma crítica la lógica del crecimiento turístico basado en flujos internacionales lejanos (que además no es sostenible).

Quinto, como hemos comentado, un resultado especialmente llamativo ha sido el buen comportamiento de las provincias (regiones) cantábricas en todo este período. Primero resistieron mejor y después han crecido más que la media, liderando los *rankings* (por ejemplo, cinco de las top 10 en 2023). Este éxito, que persiste de la pandemia ante el valor de los activos y destinos naturales y patrimoniales, entre otros atributos, incorpora, sin embargo, grandes desafíos en términos de la sostenibilidad de estos, y la regulación de los flujos en especial. No es casual, sin ir más lejos, que en todos estos territorios hayan aparecido estos últimos años de crecimiento sustantivo el debate sobre la imposición de tasas turísticas y/o otros instrumentos de corrección/mitigación. El contexto especialmente expansivo de la demanda global requiere poner la atención de manera diligente en este aspecto, necesitando, pues, una política pública en mayúsculas. El *laissez-faire laissez-passer* no es una buena política en este ámbito.

VI. CONSIDERACIONES FINALES

Tras el COVID-19 se han puesto de moda en el sector turístico conceptos como el riesgo, la resiliencia, la vulnerabilidad o la adaptación/respuesta. Lo evidente es que el sector está muy expuesto a riesgos asociados a su grado de apertura diferencial, y creciente. Tiene sentido, pues, primero, ser consciente de ello y segundo, analizar la vulnerabilidad y posibles respuestas ante tal exposición. Enmarcado en este contexto, este artículo ha analizado, precisamente, como ha afectado la crisis del COVID-19 a los destinos turísticos españoles, su grado de asimetría y adaptación temporal, y como podemos explicar estos impactos a partir de un modelo agregado con indicadores de vulnerabilidad sugeridos por la literatura académica de referencia. Al final, una vez analizados los resultados, pretendemos establecer elementos de aprendizaje cara al futuro. El análisis empírico lo hemos llevado a cabo para las provincias españolas, con el objeto de considerar una suficiente variabilidad territorial y una dimensión espacialmente relevante, en consistencia con el concepto de destinos y de política turística. En definitiva, la unidad provincial constituye el nivel más detallado existente con datos oficiales y completos disponibles. El análisis se ha llevado a cabo para el período 2020-2023, lo cual nos permite explorar la respuesta a lo largo de todo el período de recuperación de los valores conseguidos en 2019.

El análisis nos ha mostrado, por ejemplo, no solo el gran impacto de la crisis en 2020, y en menor medida en 2021, sino, y en especial, las diferencias que mostraron las provincias en términos del impacto final. Los datos revelan que la especialización inicial en el mercado doméstico explica el grueso de las disparidades y que unas provincias resistieron mejor que otras. En estos años podemos recordar el tipo de campañas de los destinos para atraer el casi único mercado existente. A partir de 2022 este efecto decae e iniciamos una cierta normalidad, donde el peso del mercado doméstico ya no explica la recuperación, de hecho, es al revés.

Los años de recuperación 2022-2023 serían una mezcla de normalidad y de patrones “relativamente nuevos”. La normalidad viene representada por las

bondades de la especialización en mercados internacional para crecer. Pero no son todos los mercados internacionales, sino solo los de la Unión Europea. Por tanto, los mercados lejanos siguen siendo contraproducentes para crecer más (factor nuevo). De entre “lo nuevo” merece una atención especial las provincias ubicadas en la marca España Verde, y que integra las provincias de las comunidades autónomas cántabras. Esta zona ha resistido mejor y está creciendo claramente más que la media, impulsada en los últimos años por el mercado internacional. La preferencia por zonas con activos naturales sustantivos, baja densidad poblacional y riqueza patrimonial/cultural parece haberse quedado. Este patrón, en todo caso, arroja una preocupación fundamentada por su sostenibilidad, dada la especial sensibilidad de estos espacios. Las provincias urbanas parecen estar creciendo menos, en parte asociado al peso de mercados internacionales lejanos y a su mayor densidad. En todo caso, estas se han recuperado ya del *shock* pandémico.

En todo caso, y más allá de las conclusiones explícitas del análisis cuantitativo, los resultados obtenidos podrían apuntar hacia una transformación en la arquitectura de la resiliencia turística territorial en España. No se trataría simplemente de que unas provincias resistieran mejor que otras, sino de que se habría reconfigurado parcialmente el mapa de ventajas comparativas turísticas. Algunos destinos no han vuelto simplemente a la situación prepandemia, sino que han escalado posiciones en la jerarquía turística nacional. En este escenario, regiones con activos naturales, menor densidad poblacional y una marca territorial asociada a la sostenibilidad —como la España Verde— salen beneficiadas tanto en el mercado doméstico como, de forma especialmente significativa, en el internacional.

Estaría por ver en los próximos años cómo se consolidan estos cambios. Entendemos que el factor natural va a seguir. Está por ver si se recuperan los flujos internacionales lejanos y como evolucionan los destinos urbanos. Lo que nos parece muy claro es: uno, la necesidad de integrar la gestión del riesgo y la vulnerabilidad en el portfolio estratégico de los destinos; y dos, la necesidad de una política turística de alto rango que promueva adecuadamente, que se dote de datos adecuados y

análisis continuo y que esté muy atenta a las necesidades de regulación existentes.

NOTAS

(*) Los autores agradecen el apoyo recibido por parte del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades a través del Proyecto PID2023-153121NB-I00 financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y ERDF/EU.

BIBLIOGRAFIA

Arbulú, I., Razumova M., Rey-Maqueira J., y Sastre F. (2021). Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, 100568.

Aschauer, W., y Egger, R. (2023). Transformations in tourism following COVID-19? A longitudinal study on the perceptions of tourists. *Journal of Tourism Futures*, (In pres: <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2022-0215>)

Barrot, L., Calderón, C., y Servén, L. (2016). *Openness, specialization and the external vulnerability of developing countries*. The World Bank.

Batista e Silva F., Marín-Herrera M. A., Rosina, K., Ribeiro-Barranco, R., Freire S., y Schiavina, M. (2018). Analyzing spatiotemporal patterns in Europe at high resolution with conventional and big data sources. *Tourism Management*, 68, 101-115.

Becken, S., Mahon, R., Rennie, H., y Shakeela, A. (2021). Tourism and Resilience: From Definitions to Action. *Annals of Tourism Research*, 91, 103279.

Beske, P., Land, A., y Seuring, S. (2014). Sustainable supply chain management practices and dynamic capabilities in the food industry: a critical analysis of the literatura. *International Journal of Production Economics*, 152(2), 131-143.

Biggs, D., Hall, C. M., y Stoeckl, N. (2012). Resilience in tourism: A social-ecological perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.

Brida, J.G., Lanzilotta, B.; Mogni, V., y Rosich L. (2022). Resiliencia y turismo en la literatura económica. Un análisis bibliométrico. *Economía industrial*, 426, 25-36.

Bull, C., y Weed, M., (1999). Niche markets and small island tourism: The development of sports tourism in Malta. *Managing Leisure*, 4, 142-155.

Butler, R., y Dodds, R., (2022). Overcoming overtourism: a review of failure. *Tourism Review*, 77(1), 35-53.

Calgaro, E., Lloyd, K., y Dominey-Howes, D. (2013). From vulnerability to transformation: a framework for assessing the vulnerability and resilience of tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 341-360.

Calgaro, E., Lloyd, K., y Dominey-Howes, D. (2014). From vulnerability to resilience: Assessing the sustainability of destination communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 341-360.

Cheer, J. M., y Lew, A. A. (2017). *Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change*. Routledge.

Ciesielski, M., Tkaczy, M., Hycza, T., y Taczanowska, K. (2023). Was it really different? COVID-19-pandemic period in long-term recreation monitoring – A case study from Polish forests. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 41, 100495.

Craig, CA., Ma, S., y Feng, S. (2023). Climate resources for camping: a resource-based theory perspective. *Tourism Management Perspectives*, 45; 101072.

Duro, J. A., Fernández-Fernández, M., Pérez-Laborda, A., y Rosselló, J. (2024c). Resilience dynamics and their determinants: the transition to coronavirus pandemic recovery. *Tourism Review*.

Duro, J. A., Fernández-Fernández, M., Pérez-Laborda, A., Rosselló-Nadal, J. (2024b). Towards a risk-adjusted tourism and travel competitiveness index. *Tourism Economics*, 30(4), 947-968.

Duro, J. A., Osorio A, Pérez-Laborda, A, et al. (2022b). Measuring tourism markets vulnerability across destinations using composite indexes. *Journal of Destination Marketing & Management*, 25, 100731.

Duro, J.A., Osorio, A., Pérez-Laborda, A., Rosselló, J. (2024a). Are destinations reverting to the pre-pandemic 'normal'? *Tourism Economics*, 30(5), 1349-1356.

Duro, J. A., Perez-Laborda, A., Turrión-Prats, J., Fernández-Fernández, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819.

- European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. *Transition pathway for tourism*. Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425>
- Fernández-Morales, A., McCabe, S., y Cisneros-Martínez, J. D. (2023). Is Social Tourism a Vector for Destination Resilience to External Shocks? Evidence From Spain. *Journal of Travel Research*, 63(7), 1606-1625.
- Fitriadi, B.W., Hurriyati, R., y Widjajanta, B. (2022). The Impact of Covid-19 Pandemic on Consumer Behavior in Tourism Sector. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 220, 312-316.
- Gallego, I., y Font, X. (2019). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), 1470-1489.
- Gnangnon, K. (2016). Trade openness and structural vulnerability in developing countries. *Journal of Economic Studies*, 43(1), 70-89.
- Gössling, S., y Scott, D. (2021). The future of tourism in the post-COVID-19 era. *Tourism Geographies*, 23(3), 437-447.
- Gössling, S., Scott, D., y Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Hall, C. M. (2019). Tourism and climate change: Towards a sustainable and resilient future. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1022-1039.
- Hall, C. M., Prayag, G., y Amore, A. (2017). *Tourism and resilience: Individual, organizational and destination perspectives*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., Prayag, G., y Amore, A. (2017). *Tourism and resilience: Individual, organizational and destination perspectives*. Channel View Publications.
- INE. (2025). *Estadística de movimientos turísticos en frontera*. Frontur. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Izquierdo, S. E., Díez Alberdi, A. M., y Camio, M. I. (2020). Resiliencia en destinos turísticos. Un análisis de las ciudades de Tandil y Mar del Plata, Argentina frente a la COVID-19. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 8(3), 15-40.
- Koo, T., Halpern, N., Paptheodorou, A., Graham, A., y Arvanitis, P. (2016). Air transport liberalization and airport dependency: developing a composite index. *Journal of Transport Geography*, 50, 83-93.
- Lengnick-Hall, C. A., y Wolff, J. A. (1999). Similarities and contradictions in the core logic of three strategy research streams. *Strategic Management Journal*, 20(12), 1109-1132.
- Morgan, N. A., Vorhies, D. W., y Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909-920.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, Iosifidis, C., Agha, M., y Agha, R. (2020). The socioeconomic implication of the coronavirus pandemic (COVID-19): a review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193.
- Phuc, N., Dinh, S. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85.
- Prayag, G. (2018a). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 133-135.
- Prayag, G. (2018b). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and destination sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1665-1681.
- Ritchie, B. W., y Crouch, G. I. (2021). Crisis and Disaster Management in Tourism. *Journal of Travel Research*, 60(4), 847-861.
- Roselló, J., y Santana Gallego, M. (2022). Gravity models for tourism demand modeling: Empirical review and outlook. *Journal of Economic Surveys*. DOI: 10.1111/joes.12502.
- Roselló-Nadal, J., y Santana-Gallego, M. (2024). Toward a smaller world. The distance puzzle and international border for Tourism. *Journal of Transport Geography*, 115, 103809
- Sainaghi, R., y Baggio, R. (2017). Complexity traits and dynamics of tourism destinations. *Tourism Management*, 63: 368-382.
- Sharpley, R. (2003). Tourism modernization and development on the island of Cyprus: Challenges and Policy responses. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 246-265.
- Sharpley, R. (2022). Tourism, Resilience and Sustainability: Lessons from COVID-19. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100984.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.

Teece, D.J., Pisano, G., y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.

The British Academy. (2024). *COVID-19 and Society: Shaping the COVID Decade*. <https://www.thebritishacademy.ac.uk/projects/covid-decade/>

Toubes, D. R., Araújo Vila, N., y Fraiz Brea, J. A. (2021). Changes in Consumption Patterns and Tourist Promotion

after the COVID-19 Pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1332-1352.

UNWTO. (2016). *Visa Openness Report 2015*. Madrid: UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417384>

UNWTO. (2021). *Compendium of Tourism Statistics. Data 1995-2019*. Madrid: UNWTO. <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>

UNWTO. (2025). *World Tourism Barometer 2(1)*. Madrid: UNWTO.