

LA CRISIS SANITARIA DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

**THE IMPACT OF THE COVID-19 SANITARY CRISIS ON THE SPANISH
TOURIST SECTOR**

**L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE DU COVID-19 SUR LE SECTEUR
TOURISTIQUE ESPAGNOL**

**O IMPACTO DA CRISE DE SAÚDE COVID-19 NO SETOR DE TURISMO
ESPANHOL**

María Teresa Fernández Alles ¹

Recibido: 28 de junio de 2020 / Aceptado: 2 de julio de 2020

RESUMEN

La crisis sanitaria provocada por el COVID-19 ha tenido graves consecuencias para la economía mundial, siendo uno de los sectores más perjudicados el turismo. La consideración del coronavirus como pandemia, por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el pasado 11 de marzo, llevó a la casi totalidad de países de todo el mundo a tomar medidas para frenar el avance de este virus. Concretamente, el 45 % de los países cerraron totalmente sus fronteras y suspendieron el tráfico aéreo, lo que tuvo un impacto directo en los flujos turísticos internacionales. Según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), estas medidas han provocado una disminución de entre el 20 y 30 % de las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. Si bien, en los países, cuyo modelo económico

¹ Profesora Titular de Universidad, Departamento de Marketing y Comunicación, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cádiz, España. Correo: teresa.alles@uca.es
Doctora en Economía. Profesora Titular de Universidad del Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz (España). Investigadora en el ámbito del turismo, especialmente, en las ramas del turismo accesible y el marketing estratégico aplicado al sector turístico. Autora de numerosas publicaciones en artículos de revistas y ponencias en congresos sobre turismo. Organizadora de seminarios, jornadas y cursos estacionales, en materia turística.

depende en gran medida del sector turístico, el impacto ha sido aún mayor. Entre otros países, se encuentran China, Estados Unidos, Italia o España.

Palabras clave: estrategias, Marketing Turístico, turismo de proximidad, COVID-19.

ABSTRACT

The health crisis caused by COVID-19 has had serious consequences for the world economy, with tourism being one of the most affected sectors. The consideration of the coronavirus as a pandemic, by the World Health Organization (WHO), on March 11, led almost all countries around the world to take measures to slow down the advance of this virus. Specifically, 45% of the countries completely closed their borders and suspended air traffic, which had a direct impact on international tourist flows. According to estimates by the World Tourism Organization (UNWTO), these measures have caused a decrease of between 20-30% in international tourist arrivals worldwide. Although in countries, whose economic model depends largely on the tourism sector, the impact has been even greater. These countries include, among others, China, the United States, Italy and Spain.

Key words: strategies, Turistic marketing, proximity tourism, COVID-19.

RÉSUMÉ

La crise sanitaire provoquée par COVID-19 a eu de graves conséquences pour l'économie mondiale, le tourisme étant l'un des secteurs les plus touchés. La prise en compte du coronavirus comme pandémie, par l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le 11 mars, a conduit presque tous les pays du monde à prendre des mesures pour ralentir la progression de ce virus. Plus précisément, 45% des pays ont complètement fermé leurs frontières et suspendu le trafic aérien, ce qui a eu un impact direct sur les flux touristiques internationaux. Selon les estimations de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), ces mesures ont entraîné une diminution de 20 à 30% des arrivées de touristes internationaux dans le monde. Bien que dans les pays dont le modèle économique dépend largement du secteur du tourisme, l'impact a été encore plus important. Ces pays comprennent, entre autres, la Chine, les États-Unis, l'Italie et l'Espagne.

Mots clés: stratégies, Marketing touristique, tourisme de proximité, COVID-19.

RESUMO

A crise da saúde causada pelo COVID-19 teve sérias conseqüências para a economia mundial, sendo o turismo um dos setores mais afetados. A consideração do coronavírus como uma pandemia, pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 11 de março, levou quase todos os países ao redor do mundo a tomar medidas para retardar o avanço desse vírus. Especificamente, 45% dos países fecharam completamente suas fronteiras e suspenderam o tráfego aéreo, o que teve um impacto direto no fluxo turístico internacional. Segundo estimativas da Organização Mundial de Turismo (OMT), essas medidas causaram uma diminuição de 20 a 30% nas chegadas internacionais de turistas em todo o mundo. Embora em países cujo modelo econômico dependa amplamente do setor de turismo, o impacto foi ainda maior. Esses países incluem, entre outros, China, Estados Unidos, Itália e Espanha.

Palavras-chave: estratégias, Marketing turístico, turismo de proximidade, COVID-19.

Impacto del COVID-19 en el turismo español

Concretamente, en España, país en el que se declaró el estado de alarma el 14 de marzo de 2020, el cierre de las fronteras ha derivado en la disminución del número de turistas internacionales en un 64,27 %, en el mes de marzo de 2020, con respecto al mismo período del año anterior, siendo del 100 % en el mes de abril. Así, en los cuatro primeros meses del año se han contabilizado un total de 10.580.270 turistas internacionales, un 50,49 % menos que las cifras registradas en el mismo período del año anterior (INE, 2020a).

Esta situación ha sido especialmente grave para España, debido a la alta dependencia de su economía del sector turístico. De hecho, el turismo en España generaba más del 12 % del Producto Interior Bruto, aportando miles de millones de euros a la economía española y ocupando a más del 13 % de los trabajadores afiliados en todo el país (INE, 2020b).

Es más, España es una de las potencias turísticas más importantes del mundo, ocupando el segundo lugar en el ranking de llegadas de turistas internacionales, por detrás de Francia, siendo la tercera potencia mundial en ingresos por turismo. En 2019, el turismo español alcanzó otro record en las llegadas de turistas internacionales, registrando una cifra cercana a los 84 millones, generando unos ingresos para la economía del país de más de 67.000 millones de euros (INE, 2020a). Por otra parte, los viajes realizados por los españoles en ese año superaron los 19 millones, correspondiendo el 90,4 % de los mismos a los viajes realizados dentro del territorio nacional (INE, 2020c). Estos, a su vez, generaron más de 48.000 millones de euros para la economía española (INE, 2020c).

En definitiva, la paralización de la actividad turística, debido al COVID-19, ha provocado unas pérdidas incalculables para la economía del país, no sólo por los ingresos que ha dejado de percibir el destino por la ausencia de turistas nacionales e internacionales, sino, además, por el cierre, temporal o definitivo, de miles de empresas que pertenecen o dependen de este sector, con la importante reducción del número de puestos de trabajo que ello ha generado.

En la situación actual, en la que ya están permitidos los viajes dentro del país, y a la espera de abrir las fronteras al turismo internacional, el Gobierno de España ha puesto en marcha una serie de medidas con el propósito de reactivar la actividad turística del país y recuperar el posicionamiento competitivo del destino español en el contexto mundial, así como la confianza de los mercados de turistas, tanto nacionales como internacionales.

Por un lado, se ha elaborado el “Plan de Impulso al sector turístico: hacia un turismo seguro y sostenible pos-COVID-19”, el cual consta de 28 medidas que se articulan en torno a 5 líneas de actuación (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020a):

- 1.- La recuperación de la confianza en el destino (un destino 360° seguro),
- 2.- La puesta en marcha de medidas para reactivar el sector,
- 3.- La mejora de la competitividad del destino turístico,
- 4.- La mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística, y

5.- Una campaña de marketing y promoción.

Con respecto a la línea de actuación relativa a la mejora de la competitividad del destino turístico, es preciso resaltar la inclusión de medidas de apoyo a aquellos proyectos que contribuyan a la transformación del sector hacia un modelo más sostenible, especialmente aquellos relacionados con el uso de energías renovables, el uso eficiente de los recursos, la reutilización del agua o el reciclado de residuos, entre otros. En este sentido, se ha observado cómo, debido a la pandemia, la sostenibilidad ha cobrado un mayor protagonismo en todo el mundo, algo de lo que se han hecho eco los medios de comunicación, habiendo generado en la ciudadanía una mayor preocupación por la conservación del medioambiente, la salud o la seguridad, lo que, sin duda, representa una gran oportunidad para impulsar la necesaria sostenibilidad del sector turístico.

En este ámbito, el Gobierno de España, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, está elaborando la “Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030”, para impulsar la sostenibilidad en el sector, definiendo una serie de estrategias que permitan hacer frente a los retos futuros del sector turístico en los próximos diez años.

Otro aspecto reseñable hace referencia a las actuaciones de marketing que se han emprendido desde el gobierno central, en colaboración con las comunidades autónomas. Así, se han diseñado dos campañas para la promoción de España como destino seguro y sostenible, una destinada a incentivar el turismo doméstico, y la otra al turismo internacional. Ambas han sido lanzadas en el mes de junio de 2020, haciendo uso, fundamentalmente, de los medios online para hacerlas llegar a los públicos objetivos. En primer lugar, la campaña “Lo increíble está más cerca de lo que crees”, va dirigida al turismo nacional, tratando de promover los viajes dentro del país por parte de la ciudadanía española. Esta campaña la integran dos videos en los que se muestran los atractivos turísticos del país, bajo la etiqueta #DescubreLoIncreíble (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020b). En segundo lugar, la campaña “Spain for Sure”, tiene como propósito fundamental atraer al turista extranjero, transmitiendo un mensaje de confianza para que viaje al país, una vez se abran las fronteras (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020c). A esta campaña destinada

al turista internacional, le precedió otra, “España te espera”, la cual fue lanzada por el Instituto de Turismo de España (Turespaña) en el mes de abril de este año. Esta campaña consistió en un video que fue difundido en Twitter, Facebook e Instagram, en varios idiomas, con la etiqueta #EspañaTeEspera (Turespaña, 2020).

Junto con estas campañas nacionales, se han lanzado otras, a nivel autonómico, con el propósito de impulsar la recuperación del sector turístico en las distintas regiones del país. Estas, en su mayoría, forman parte de planes estratégicos de promoción turística elaborados por las distintas comunidades autónomas, en los que se incluyen, además, actuaciones a través de las redes sociales, cursos de formación, así como protocolos de salud e higiene.

Por otro lado, la Secretaría de Estado de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Sanidad, ha elaborado las “Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-Cov-2 en el sector turístico”, que establece las normas a seguir por los diferentes subsectores del sector turístico (alojamientos, agencias de viajes, transportes, restaurantes, espacios naturales, lugares de ocio, etc.), en el que se tratan aspectos tan relevantes como la limpieza y desinfección, el mantenimiento, o la gestión del riesgo, en cada uno de ellos (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020d). Para todos los establecimientos que sigan los protocolos y cumplan las medidas recogidas en estas guías, se ha creado el distintivo “Responsible Tourism”, lo que sin duda contribuirá a reposicionar España como destino seguro (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020e).

CONCLUSIONES

Es importante tener en cuenta que, la velocidad de recuperación del sector dependerá, no sólo de la puesta en marcha de todas estas actuaciones diseñadas por el Gobierno de España para reconquistar la confianza del turista y, con ello, relanzar la actividad turística en el país; sino, también del cumplimiento por parte de los agentes turísticos del destino, tanto públicos como privados, de las normas impuestas por las autoridades competentes, para garantizar la seguridad en los destinos, y así dar respuesta a las expectativas de los turistas.

REFERENCIAS

- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020a). Estadística de movimientos turísticos en frontera. *Frontur*. Consultado en junio de 2020. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=3616&capsel=3617>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020b). *Cuenta Satélite del Turismo en España*. Consultado en junio de 2020. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020c). *Encuesta de turismo de residentes*. Consultado en junio de 2020. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176990&menu=resultados&idp=1254735576863#!:tabs-1254736195601
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020a). *Plan de Impulso al sector turístico: hacia un turismo seguro y sostenible pos-COVID-19*. Consultado en junio de 2020. https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020b). *Lo increíble está más cerca de lo que crees*. Consultado en junio de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=kgaeeAmVxUE>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020c). *Spain for sure*. Consultado en junio de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=goVhJmIwzgw>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020d). *Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-Cov-2 en el sector turístico*. Consultado en junio de 2020. <https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/Paginas/Guias-sector-turistico.aspx>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020e). *Turismo lanza el distintivo “Responsible Tourism”*. Consultado en junio de 2020. https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2020/Paginas/200619Np_distintivo.aspx
- Turespaña. (2020). *Campaña “España te espera”*. Consultado en junio de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=CTxHckGWEDw>.