



CaixaBank

Research

Artículo Sectorial

Turismo

Lo que se avecina en el

turismo global

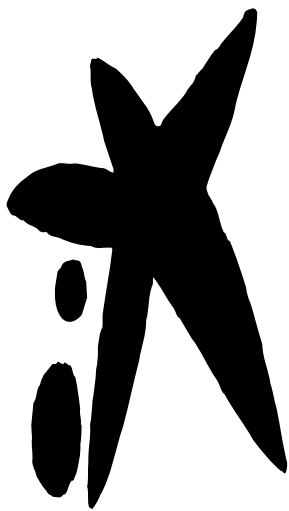
La pandemia de coronavirus tomó al mundo por sorpresa y paralizó el turismo internacional casi por completo. Las primeras etapas de una cierta recuperación están pasando por la reinstauración de la conectividad entre los países emisores y destinos turísticos que hayan controlado la expansión del nuevo coronavirus. No obstante, el sector deberá acometer una profunda y rápida transformación para adaptarse a un nuevo perfil de turista internacional pos-COVID-19, mucho más preocupado por recibir un servicio personalizado, flexible y, sobre todo, más seguro.

Contenido disponible en
Inglés Catalán



Javier Ibáñez de Aldecoa Fuster

Economista



CaixaBank

Research

La irrupción del coronavirus SARS-CoV-2 ha sido un fenómeno global. Hasta el mes de junio se registraron más de 10 millones de contagios y 500.000 fallecidos a causa de la COVID-19 en todo el mundo. Ninguno de los 177 países para los que el Centro de Investigación del Coronavirus de la Universidad Johns Hopkins publica estadísticas está libre del virus y más del 25% de los países presentan una incidencia de más de 1.000 casos por cada millón de habitantes.¹ La situación ha llevado a que se hayan tomado medidas sin precedentes para limitar la movilidad internacional y doméstica de los ciudadanos en todo el mundo, lo cual provocó que el flujo de turistas internacionales se paralizara entre marzo y junio.

Las implicaciones del parón del turismo para la economía global son de gran magnitud. La Organización Mundial del Turismo (OMT) baraja tres escenarios para el año 2020, dependiendo de cuándo empiecen a retirarse las restricciones para viajar en el mundo. El escenario menos adverso, y más probable, plantea una caída del 58% del turismo mundial bajo el supuesto de que las fronteras se abran de manera gradual a partir del mes de julio, lo que ya está sucediendo. Por el otro lado, un escenario más extremo, en el que las restricciones fronterizas no se

suavizaran hasta el mes de diciembre, plantearía una caída de hasta un 78%.² Con ello, incluso en el escenario menos pesimista, el número de turistas en el mundo retrocedería a cifras inéditas en lo que llevamos de siglo, lo que supondrá un duro golpe para un sector que genera más del 10% del PIB mundial y cerca del 12% del empleo.

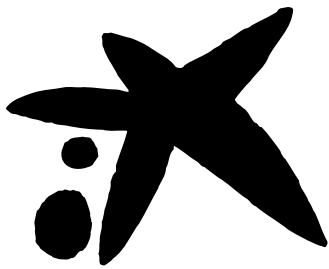
1. Véase al dashbord interactivo que elabora la Universidad Johns Hopkins para consultar los datos relativos a la COVID-19 en <https://systems.jhu.edu/>

2. Véase «UNWTO World Tourism Barometer (May 2020)».

El turismo internacional podría retroceder un 58%

según estimaciones de la OMT. Sería un duro golpe para un sector que genera más del 10% del PIB mundial y cerca del 12% del empleo.

Un primer paso para comprender cuál será la situación del turismo mundial a corto plazo es analizar los indicadores de movilidad de la población, condición *sine qua non* para que el turista pueda desplazarse a su destino. En un contexto en el que la proximidad al destino turístico va a ser fundamental, analizamos a continuación la situación de la movilidad dentro de las principales regiones del mundo: Europa, Asia y las Américas.



CaixaBank

Research

Europa: coordinación en la desescalada y buenas perspectivas

En Europa, las medidas de confinamiento se iniciaron en Italia el día 7 de marzo, cuando el Gobierno implantó restricciones a la movilidad de la población en la región de Lombardía, en primera instancia, y poco después en toda Italia. A las pocas semanas, la gran mayoría de los países europeos ya habían implantado medidas similares y la movilidad de personas en el continente se redujo al mínimo esencial para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios esenciales a la población. Si nos detenemos a observar los indicadores de movilidad que elabora Google a partir de los registros de la aplicación Google Maps, comprobamos que las medidas de confinamiento fueron extraordinariamente efectivas en Europa (véase el gráfico). En apenas 20 días, la movilidad en establecimientos comerciales a lo largo de toda Europa Occidental cayó alrededor de un 80% (entre el -62% de Alemania y el -91% de España). Y, aunque se fue recuperando paulatinamente a lo largo de la desescalada (iniciada en mayo en muchos países de la UE), a finales de junio todavía no había recuperado los niveles pre-COVID-19: en el Reino Unido, el país que se encuentra más rezagado en el proceso de desescalada, la movilidad todavía es un 50% inferior, mientras que en Alemania, Italia o Francia la movilidad en los locales comerciales se encuentra «solo» un 20% por debajo de los niveles pre-COVID-19.

Movilidad de la población en locales comerciales

Variación con respecto al nivel base* (%)



CaixaBank

Research

Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero. Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Una vez encaminada la recuperación de la movilidad doméstica, desde finales de junio la desescalada europea ha pasado a tener como objetivo la recuperación de los flujos turísticos internacionales. Para ello, se ha iniciado un proceso de reapertura de fronteras, eliminando a su vez los periodos de confinamiento obligatorios a la entrada en el país de destino. Se trata de un proceso algo más complejo y delicado, puesto que depende de la situación de la COVID-19 tanto en la región de destino como en la región de origen del turista. A pesar de ello, las perspectivas de reactivación de los flujos turísticos domésticos e internacionales en el continente parecen relativamente positivas, a tenor de los siguientes factores. El primero es que gran parte de los países del sur de la UE, donde se localizan la mayoría de los destinos turísticos y donde con más rudeza golpeó el coronavirus, han conseguido controlar la expansión del virus tras un periodo de medidas muy estrictas de confinamiento y los rebrotes que se han observado son, por ahora, localizados. En segundo lugar, los países emisores del norte de Europa, salvo en contadas excepciones, han mostrado una sólida capacidad de detección de nuevos brotes y están tomando las medidas necesarias para permitir viajar a su población de manera segura y controlada. Por último y no menos importante, la

figura de la UE y del espacio Schengen está empujando a que se alcance un nivel de coordinación entre países de la UE que no se está observando en ninguna otra región del mundo a la hora de reabrir fronteras.

La figura del espacio Schengen

ha forzado a un elevado nivel de coordinación entre los países de la UE que será clave para iniciar la recuperación del turismo en Europa.

Si bien es cierto que las posibilidades de conectar a los turistas europeos con multitud de destinos dentro de la UE parecen favorables, aún queda un largo camino por recorrer. Si nos fijamos en el siguiente gráfico, con datos de conectividad aeroportuaria en los principales aeropuertos de Europa entre el 1 de enero y el 30 de junio, se puede observar el recorrido que aún existe. La movilidad aérea se sitúa en la actualidad un 67% por debajo de la observada entre enero y febrero, aunque ligeramente por encima del nivel registrado en abril, cuando la movilidad aérea era un 92% inferior a los niveles pre-COVID. A la luz de los exiguos niveles de movilidad internacional en la región, queda claro que la recuperación del turismo en Europa es todavía incipiente.

Conexiones aeroportuarias diarias en los

principales aeropuertos de Europa

Número de vuelos



CaixaBank

Research

Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Londres (Heathrow), París (CDG), Fráncfort, Amsterdam, Madrid, Roma, Zúrich y Moscú. Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.



CaixaBank

Research

Asia: la gran potencia turística avanza a paso lento

El caso de Asia ha sido comúnmente señalado a la hora de entender los posibles escenarios futuros del sector turístico. No en vano, se trata de una región que en 2019 emitió el 38% del gasto turístico mundial y que recibió más de 360 millones de turistas al año (25% del total). Además, algunos países asiáticos se encuentran

en estadios más maduros de la pandemia, lo que nos empuja a pensar que se sitúan en una posición más avanzada del calendario de la recuperación. Cabe recordar que el día 8 de abril, la ciudad de Wuhan, donde se detectó el primer brote de COVID-19, acababa de finalizar un periodo de confinamiento de 76 días. En esas mismas fechas, Europa aún se encontraba en su fase más inicial y dura del confinamiento. No obstante, hay algunas diferencias que han llevado a que los calendarios de Europa y Asia se solapen, lo que nos impide poder elaborar predicciones a partir de la experiencia asiática.

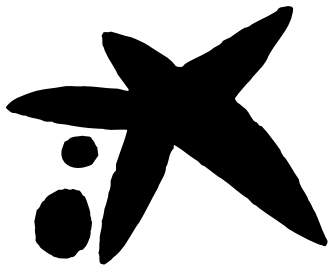
Según lo que podemos observar en los indicadores de movilidad domésticos, la reacción en el sudeste asiático fue, en general, más comedida que en Europa, aunque mucho más heterogénea que en el Viejo Continente.³ Países como Hong Kong o Corea del Sur tomaron medidas muy tempranas pero menos severas, y vieron reducida la movilidad de su población en solo un 30%. En el caso de Singapur, hasta que sufriera un rebrote a principios de abril, apenas había limitado la movilidad de su población. Caso aparte es el de India, con una reacción mucho más tardía pero mucho más intensa que la del sudeste asiático.

Ante esta reacción más temprana pero contenida, los países asiáticos pudieron anticipar mejor la crisis sanitaria y evitar el colapso de sus sistemas sanitarios, pero también dilataron el tiempo que les ha llevado controlar la expansión del coronavirus, hasta tal punto que la desescalada en países como Hong Kong y Japón estaba a finales de junio al mismo nivel que en Europa, con un turismo doméstico aún arrancando y con restricciones a las llegadas internacionales.

3. Llegado este punto, es relevante señalar que Google no dispone de datos de movilidad para China, puesto que a pesar de que Android es el sistema operativo mayoritario, no se permite la instalación de software de Google en dispositivos chinos.

Movilidad de la población en locales comerciales

Variación con respecto al nivel base* (%)



CaixaBank

Research

Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero. Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Conexiones aeroportuarias diarias en los principales aeropuertos del sudeste asiático

Número de vuelos



CaixaBank

Research

Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Hong Kong, Tokio, Osaka, Seúl, Taipéi, Singapur y Manila. Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.

La situación del sector turístico asiático

sigue siendo compleja porque las restricciones a la entrada de extranjeros siguen activas en todo el continente.

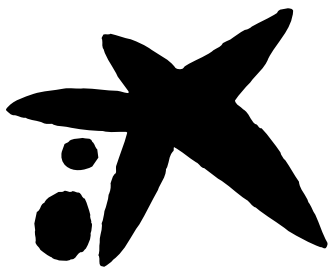
Con ello, la situación del sector turístico asiático sigue siendo compleja. Si nos fijamos en los datos de movilidad aérea que se muestra en el gráfico anterior, vemos cómo el número de vuelos en la zona a finales de junio mantenía caídas cercanas al 60%, aunque se alejaba de los mínimos marcados durante la segunda mitad de abril. A pesar de ello, las restricciones a la entrada de extranjeros continúan vigentes en junio en todos los países de la región, según datos de la Agencia Internacional del Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés). En caso de que no haya una coordinación clara entre países para la reapertura controlada de fronteras, como en el caso de la UE, difícilmente los flujos turísticos en Asia retomarán el vuelo.

Américas: malas perspectivas para el nuevo foco mundial de COVID-19

La situación sanitaria del continente americano es más preocupante. En el último mes, el 54% de los nuevos casos de COVID-19 se produjeron en países del continente americano. El número de casos positivos en Brasil, Chile, México, Colombia y Argentina se multiplicó por tres en el mes de junio y se dobló en los casos de Estados Unidos y Perú. En otras palabras, las américas han pasado a ser el foco mundial de la pandemia. Tal y como se puede observar en los siguientes gráficos, el único país donde se observa una clara tendencia bajista desde el mes de mayo es Canadá.

Incidencia del contagio de la COVID-19 en América

Casos positivos diarios por cada 100.000 habitantes



CaixaBank

Research

Nota: Los sombreados reflejan datos diarios y las líneas, promedios de 7 días. Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Johns Hopkins University CRC.

Lo más preocupante es que esta complicada situación sanitaria se ha dado en un contexto de movilidad reducida. A pesar de que las medidas aplicadas por los gobiernos nacionales no han sido de un calado tan profundo como las europeas y se han tomado con cierto retraso, según los indicadores de movilidad doméstica, la población de los países latinoamericanos presenta una movilidad un 50% menor a su nivel habitual. En Canadá y EE. UU. sí se observa cierta mejora de la movilidad, aunque existen dudas sobre la sostenibilidad de esta tendencia en el caso del segundo, dada la magnitud de la segunda oleada de contagios. A causa de esta situación, el sector turístico del continente lleva paralizado desde mediados de marzo, con una caída de la movilidad aérea de hasta el 63% con respecto al nivel precrisis a finales de junio.

Movilidad de la población en locales comerciales

Variación con respecto al nivel base* (%)



CaixaBank

Research

Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero. Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Conexiones aeroportuarias diarias en los principales aeropuertos de América

Número de vuelos



CaixaBank

Research

Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Atlanta, Los Ángeles, San Francisco, Nueva York (JFK), Toronto y São Paulo. Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.

La crisis sanitaria en buena parte de los países de América

hace imposible, por ahora, que la recuperación del sector turístico se active.

Con todo ello, podemos afirmar que las perspectivas de recuperación del turismo americano son especialmente negativas. Es fundamental que la región acometa las medidas de contención necesarias, para, ante todo, atajar la crisis sanitaria. Solo a partir de una situación sanitaria bajo control se podrá comenzar a recuperar el nivel de movilidad suficiente para iniciar la reactivación del sector turístico. No obstante, lo que hemos aprendido de la experiencia de Europa y Asia es que controlar el crecimiento de los contagios es un proceso lento, lo que nos lleva a prever una recuperación muy tardía para el conjunto de la región.



CaixaBank

Research

El turismo global pos-COVID-19: gran incertidumbre y grandes cambios a medio

plazo

Este contexto ha llevado a la OMT a contemplar una caída de los flujos de turistas internacionales de más de un 58% en sus previsiones de 2020. A pesar de ello y bajo las condiciones adecuadas, una vez la movilidad internacional gane tracción, se prevé que la recuperación del turismo global sea relativamente rápida, aunque el próximo año se mantendría apreciablemente por debajo de los niveles de 2019. Así, la OMT espera que el número de turistas internacionales pase de una caída de cerca del 100% durante el segundo trimestre de 2020 a situarse «solo» un 30% por debajo de los niveles precrisis al inicio del año 2021, gracias a la recuperación de las regiones europeas y asiáticas. La cuestión, entonces, es enfocarse en el medio plazo, en lo que los analistas han pasado a llamar «el turismo pos-COVID-19».

Es difícil pensar que el sector turístico saldrá de la situación actual sin sufrir cambios de gran calado por el camino. La principal transformación, que probablemente será el gran dinamizador de la renovación de todo el sector, será la manera en la que los turistas querrán hacer turismo. Antes de la irrupción repentina del coronavirus, la demanda turística estaba dando señales de cambio, aunque graduales. El número de turistas que apostaban por elegir destinos con una oferta de mayor calidad, donde se pusieran a su disposición un mayor número de servicios, crecía fuertemente, además de la entrada en juego del turista con conciencia ecológica, que apostaba por destinos sostenibles e innovadores.

La irrupción de la COVID-19 acelerará cambios que ya estaban en marcha:

la calidad y la sostenibilidad como banderas de un nuevo turismo.

Probablemente el coronavirus no supondrá un cambio de dirección en las tendencias que veníamos observando, sino más bien una gran aceleración. Estos son algunos elementos que podrían ser clave a la hora de entender cómo será el nuevo turismo pos-COVID-19:

1. Descongestión y destinos sostenibles: parece más claro que nunca que la sostenibilidad es una apuesta de futuro. Tan solo unas semanas en casa han puesto en evidencia que la acción individual de cada uno de nosotros tiene un gran impacto medioambiental, lo que ha concienciado a buena parte de la sociedad. Con este cambio de actitud, es ciertamente probable que los destinos que sean capaces de ofrecer una solución sostenible y no masificada pasen a ser más atractivos para una parte de la demanda que cada vez será más importante. Por otro lado, mientras no exista una vacuna o un tratamiento eficaz, los turistas preferirán destinos en los que se pueda mantener la distancia social con facilidad frente a los destinos con mayor congestión.

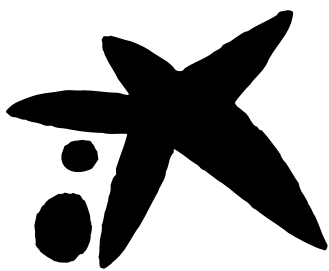
2. Servicios personalizados: el turista poscoronavirus valorará más poder personalizar su experiencia en detrimento de las experiencias masificadas. En otras palabras, el valor añadido de la oferta turística ganará peso. Ante este cambio, aquellos destinos que apuesten por reducir el volumen y que ofrezcan experiencias únicas serán ganadores.

3. Digitalización: el turista que viene será mucho más digital, porque la sociedad actual ya lo es. No hay que olvidar que vivimos en un contexto en el que la utilización de medios digitales ha repuntado con fuerza por la necesidad de mantenernos conectados desde casa, tanto por motivos laborales como personales. Con ello, se han puesto en valor los canales digitales para muchos ciudadanos que no los dominaban y que probablemente los demandarán a la hora de hacer turismo.

4. Seguridad y salud: la seguridad siempre ha sido un factor de gran peso a la hora de elegir destino turístico y, tras un *shock* como el actual, la accesibilidad y la

calidad del sistema sanitario serán factores a tener en cuenta a la hora de valorar la seguridad de dicho destino.

5. Cercanía y conectividad: en este artículo ya se ha comentado que la conectividad es un factor fundamental para el turismo. Se trata de un hecho obvio, pero nada trivial. Es muy probable que los primeros canales de conectividad que se reactiven sean los de rango medio y corto. Con ello, hasta la consecución de una vacuna, el turismo de proximidad (doméstico y de países cercanos) planteará muchas más posibilidades para el turista y más seguridad ante la eventualidad de querer volver a su hogar. De un modo similar, aquellos destinos que puedan ofrecer una conexión cómoda podrían mejorar considerablemente sus perspectivas.



CaixaBank

Research

Los cambios en la forma de hacer turismo deberán acompañarse de un esfuerzo transformador de la oferta, que deberá apostar por la innovación, la integración de un mayor número de servicios, la expansión de destinos menos explotados, una mejora de la conectividad y, en definitiva, por algo que el propio sector ya viene apuntando desde hace años: un turismo de calidad y no de cantidad.⁴ Por tanto, se trata del momento oportuno para acelerar las inversiones necesarias para la adaptación del sector a este nuevo mercado turístico mundial. La movilización del empresariado del sector será clave, como también lo será el apoyo del sector público no solamente para salir de esta crisis, sino para garantizar que el sector siga siendo un puntal de nuestra economía de forma sostenible en el futuro.

En conclusión, es palpable que el contexto actual es de una complejidad sin precedentes para el sector turístico mundial, tanto a corto como a medio plazo. En 2020, la demanda turística global probablemente se verá reducida a menos de la mitad de lo alcanzado en 2019 y seguirá estando muy condicionada por la recuperación de la movilidad de la población y la capacidad que tengamos de mantener un nivel de contagios contenido y controlado hasta que se descubra una vacuna o un tratamiento efectivo contra el coronavirus. En este contexto, Europa se presenta como el proyecto piloto para la reactivación del turismo mundial gracias a que ha conseguido reactivar la movilidad de la población y ha iniciado el proceso de reapertura de las fronteras. A medio plazo, los cambios que se infieren en la sociedad acelerarán la tendencia hacia nuevas formas de turismo. Con ello, la oferta deberá adaptarse aún más rápidamente de lo que ya estaba haciendo hacia un turismo más sostenible, digital, seguro y de calidad.

4. Véanse «Informe Sectorial de Turismo. 2S 2019» e «Informe Sectorial de Turismo. 1S 2020» publicados en www.caixabankresearch.com.



Javier Ibáñez de Aldecoa Fuster

Economista

Etiquetas

Turismo

España

COVID-19