

# La Comunicación Turística en tiempos de Covid-19

Francisco Rodríguez Borrego  
Cercania Consultores



cercania  
consultores

Competitividad  
**Turística**

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámaras**  
Andalucía



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

***“CUANDO LOS TIEMPOS SE PONEN  
DIFÍCILES, NO NOS DAMOS POR  
VENCIDOS NOS LEVANTAMOS”.***

***Barack Obama***

# Indice

- 01 El Turismo de Ayer, Hoy y Mañana
- 02 La Comunicación / Dimensiones
- 03 Campañas de Comunicación
- 04 Claves

# 01

# El Turismo de Ayer, Hoy y Mañana

# El Turismo antes del Covid-19



32.500.000 Turistas  
+5.9%



13,6% Empleo  
424.500 personas



13% PIB  
22.6 MM€  
(+1,9%).



Cuota Andalucía  
27% (83,7 M de  
Turistas)

Procedencia	Turistas (millones)	% variación 2019/2018	Cuota (%)
Españoles	19,8	+6,9%	61,0%
• Andaluces	10,6	+8,1%	32,6%
• Resto España	9,2	+5,7%	28,5%
Extranjeros	12,6	+4,4%	39,0%
• Británicos	2,9	+2,8%	9,1%
• Alemanes	1,3	-1,4%	3,9%
• Resto UE	4,8	+4,1%	14,9%
• Resto Mundo	3,6	+8,5%	11,1%
TOTAL	32,5	+5,9%	100,0%



61%

39%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA)

64,5€ Gasto M. Diario 554€ Total Gasto M. 8,2 Estancia M.  
37%Restauración 26%Alojamiento 18%Compras 12%Transporte



## Ranking de Motivos del Viajes



1º **Clima.**



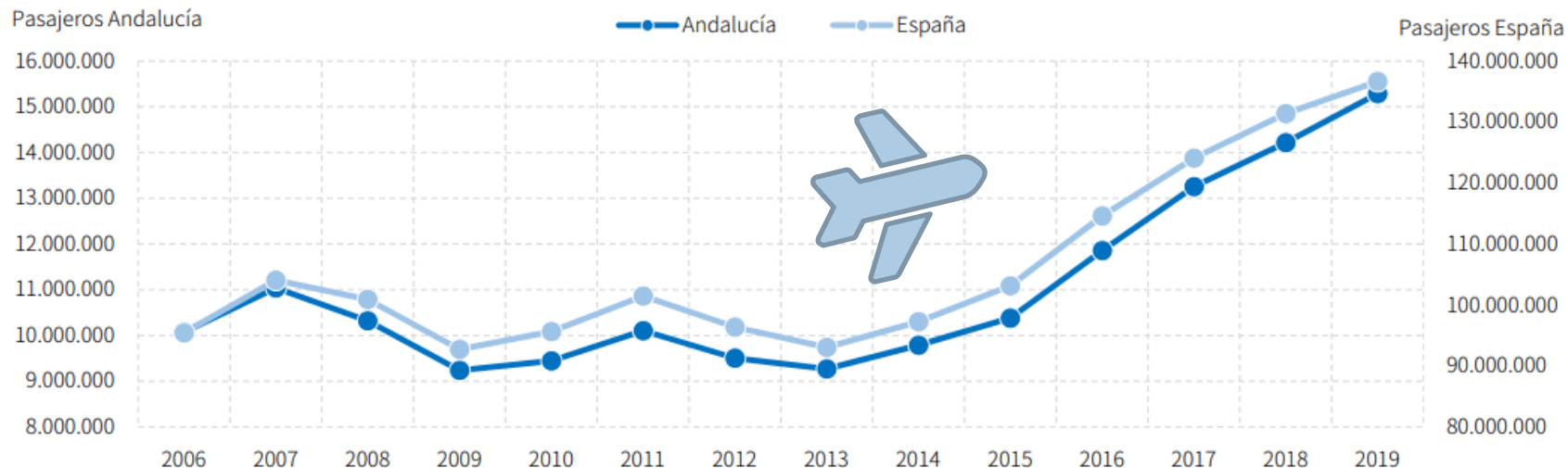
2º Monumentos.



3º Playas.

# Movimiento Aeroportuario

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces y españoles. Años 2006 – 2019



**15,3 M Pasajeros / +7,5%**  
**11% Cuota Nacional**











72.100  
Empresas.



51.000  
Hostelería



# Año 2020

 Nº Turistas	13,4 M de Turistas (41%) 85% Mercado Nacional.	 Ocupación	10% Turismo Urbano. -40% Turismo Playa.
 Gasto Estancia	Estancia y Gasto se redujeron (4% y 6%).	 Erte Empleo	102.000 personas (60%) A 440.000 personas (59%) E
 Empresas	-20.000 pymes y autónomos (5%).	 Sectores	-70% Hoteles. -75% AAVV -60% Rest.
 Ingresos Turísticos	-75-80% = 16.000M - 10.000M€ TI	 Deudas	Más de 35%.

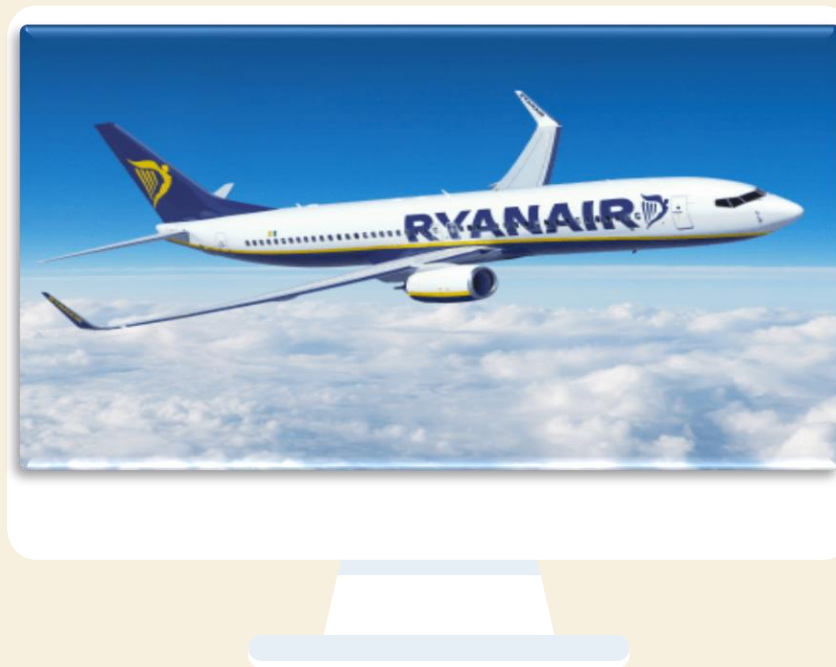
# Aeropuertos Andaluces

Caída del 73% de Viajeros



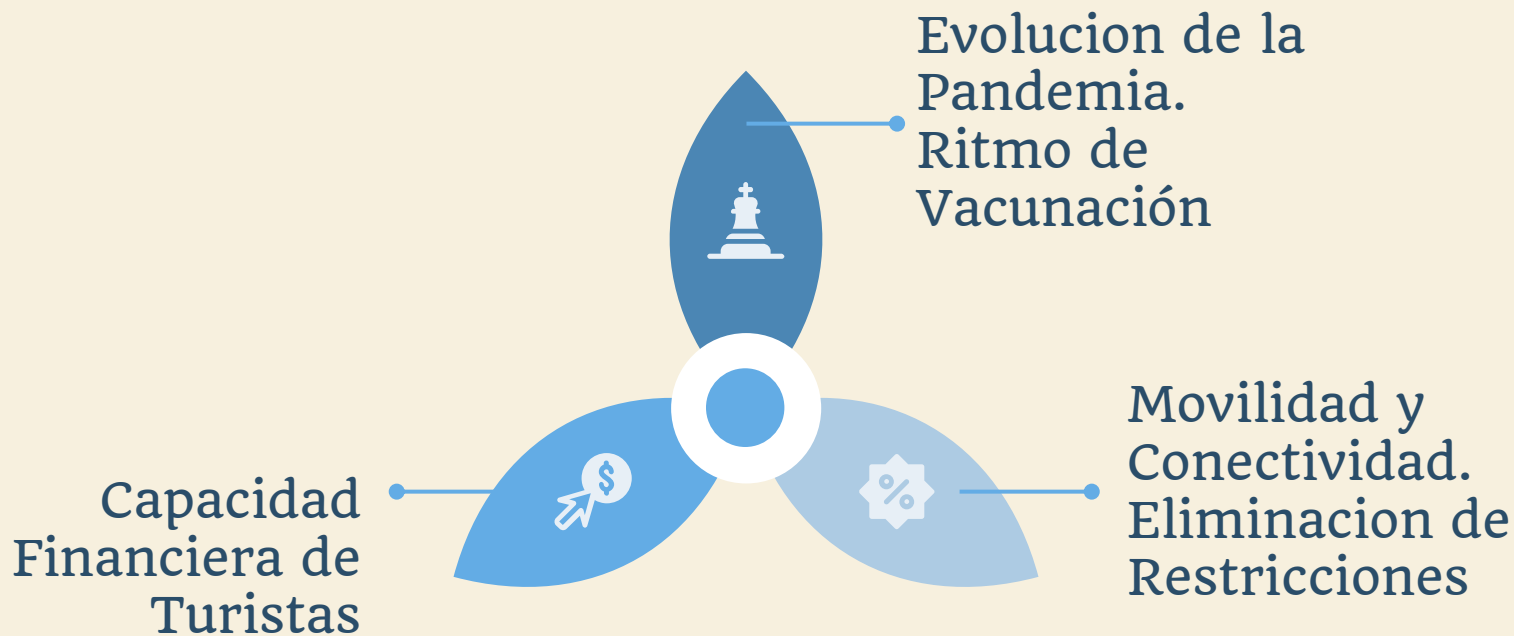
-22 millones de turistas.

2020. 8,2 Millones de Pasajeros.

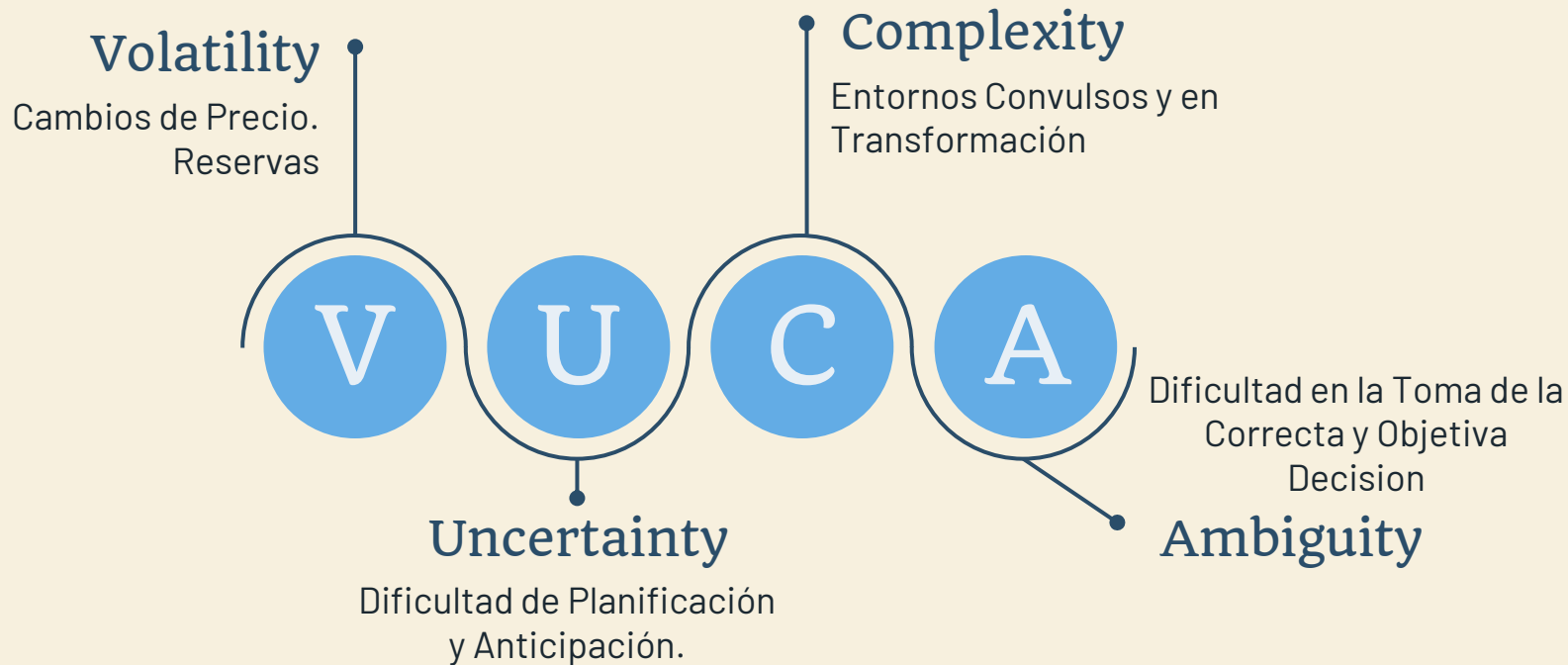


# Año 2021.

## 2º Semestre. Factores de Recuperación



# Año 2021. Escenario VUCA



# Año 2021. 2º Semestre

## Factores de Recuperación



Destinos y Alojamientos  
Seguros y Sostenibles.  
Autocaravanas y  
Apartamentos.



Flexibilidad y Precio.  
Reservas de Ultima Hora.  
Medios de Transporte



Servicios y Seguros Médicos.  
Pasaporte Sanitario y.  
Nuevos Protocolos de  
Seguridad.



Oferta de Naturaleza y  
Experiencias en  
Grandes Espacios  
Abiertos.  
Experiencias  
Organizadas.

*“NUESTROS MEJORES ÉXITOS VIENEN  
A MENUDO DESPUÉS DE NUESTRAS  
MAYORES DECEPCIONES”*

*Henry Ward Beecher*

02

# La Comunicación. Dimensiones



# La Comunicación

Percepción Interna  
versus  
Vision Externa

La  
Desinformación.  
New Fakes

¿Somos lo que comunicamos?

Comunicación  
Empresarial  
Emocional e  
Inspiracinoal

Comunicación  
Institucional y  
Gubernamental

# Tiempos PostCovid de la Comunicación



Reactivación



Normalización

## Focos

- La recuperación de la motivación, compromiso y sentido de pertenencia de las plantillas a nivel de comunicación interna.
- La visibilización de las garantías de seguridad sanitarias para la recuperación de la confianza.
- La flexibilidad y la versatilidad o la corresponsabilidad, ante el mercado.
- La reactivación de las estrategias de marketing y campañas de promoción de los servicios.

# Tiempos Postcovid de la Comunicación



Reactivación



Normalización

**Focos:**

- Visibilización de la aportación del turismo que hace al desarrollo económico, ambiental y social.
- La apuesta por la sostenibilidad y la digitalización de los servicios.
- Visibilidad como iniciativa particular o institucional, desde las principales organizaciones de representación empresarial.

# 5 Dimensiones de Comunicación

## Comunicación Corporativa

Apoyo del Sistema Sanitario.  
Contribución Social

## Gestión de Crisis Reputacional

Herramientas de gestión y protección de la reputación en situaciones de crisis. Recursos Externos o Internos

## Comunicación Interna

Reconocimiento del Valor, Trabajo y Compromiso de los RRHH  
Vínculo Empresa-Emppleado

## Comunicación Externa

Necesidades de Información y Transparencia (intermediarios, proveedores, administración pública, medios de comunicación, etc.).  
Campañas de Promoción

## Responsabilidad Corporativa

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible.

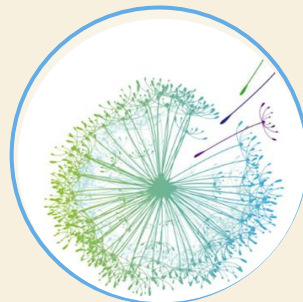
# 03 Campañas de Comunicación

# Pilares



## Nuevas Experiencias

Nuevos Productos  
(Yoga, Salud y Relax)



## Compromiso Social y Ambiental

Iniciativas Ambientales y Sociales  
Alojamiento para Personal Sanitario y otros colectivos.



## Empatía Superación y Esperanza

Seguridad y Protocolos Sanitarios



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

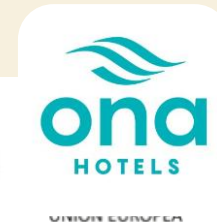


# Campañas Comunicación

## Destinos



## Empresas





# Campañas de Comunicación



# Campañas de Comunicación



# Campañas de Comunicación



# Campañas de Comunicación



# Campañas de Comunicación



# Campañas de Comunicación



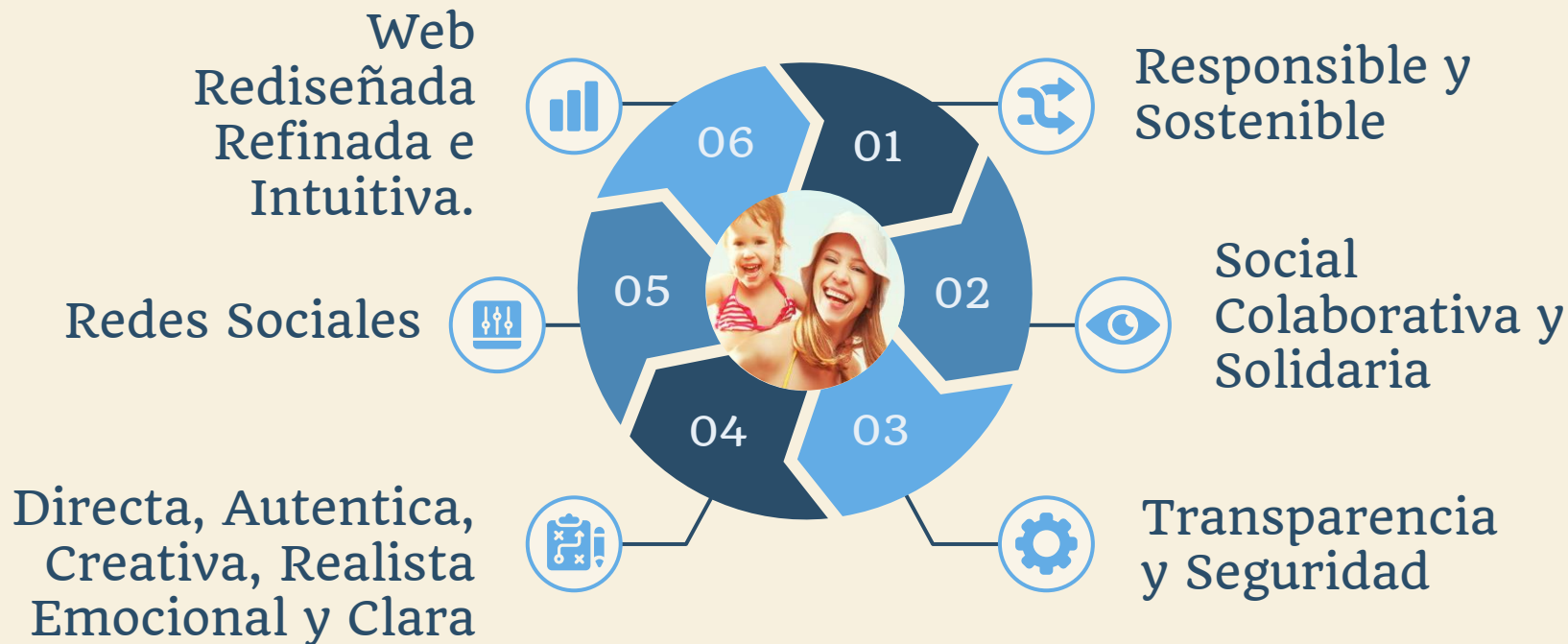
# Campañas de Comunicación



# 04 Claves de la Comunicación.



# 6 Claves de la Comunicación



*“INVENTEMOS EL MAÑANA EN LUGAR  
DE PREOCUPARNOS SOBRE QUÉ  
OCURRIÓ AYER”*

*Steve Jobs*

# Gracias

Competitividad  
**Turística**

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámaras**  
Andalucía



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

# Vídeos de interés

[VIDEO 1](#)

[VIDEO 2](#)

[VIDEO 3](#)

[VIDEO 4](#)

[VIDEO 5](#)

[VIDEO 6](#)

[VIDEO 7](#)