

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



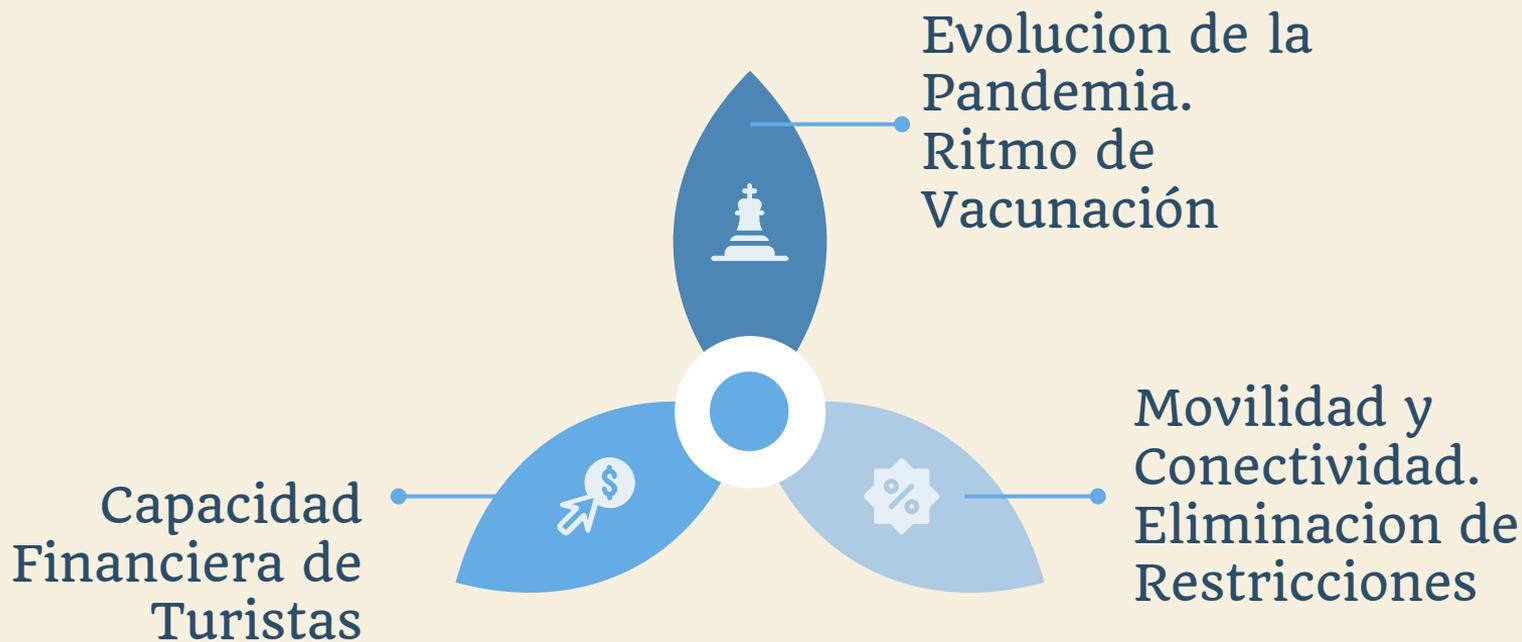
-22 millones de turistas.

2020. 8,2 Millones de Pasajeros.

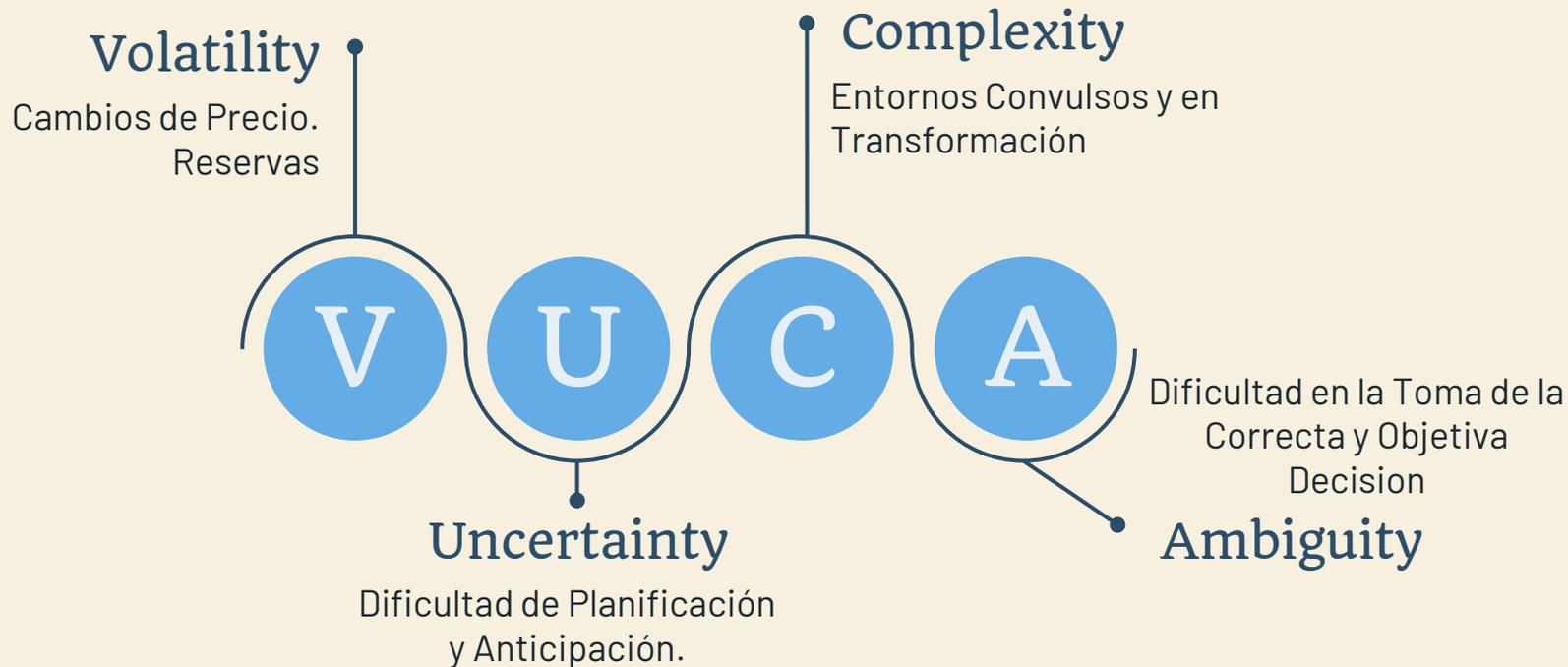


Año 2021.

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.

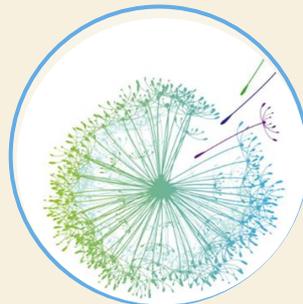
03 Campañas de Comunicación

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



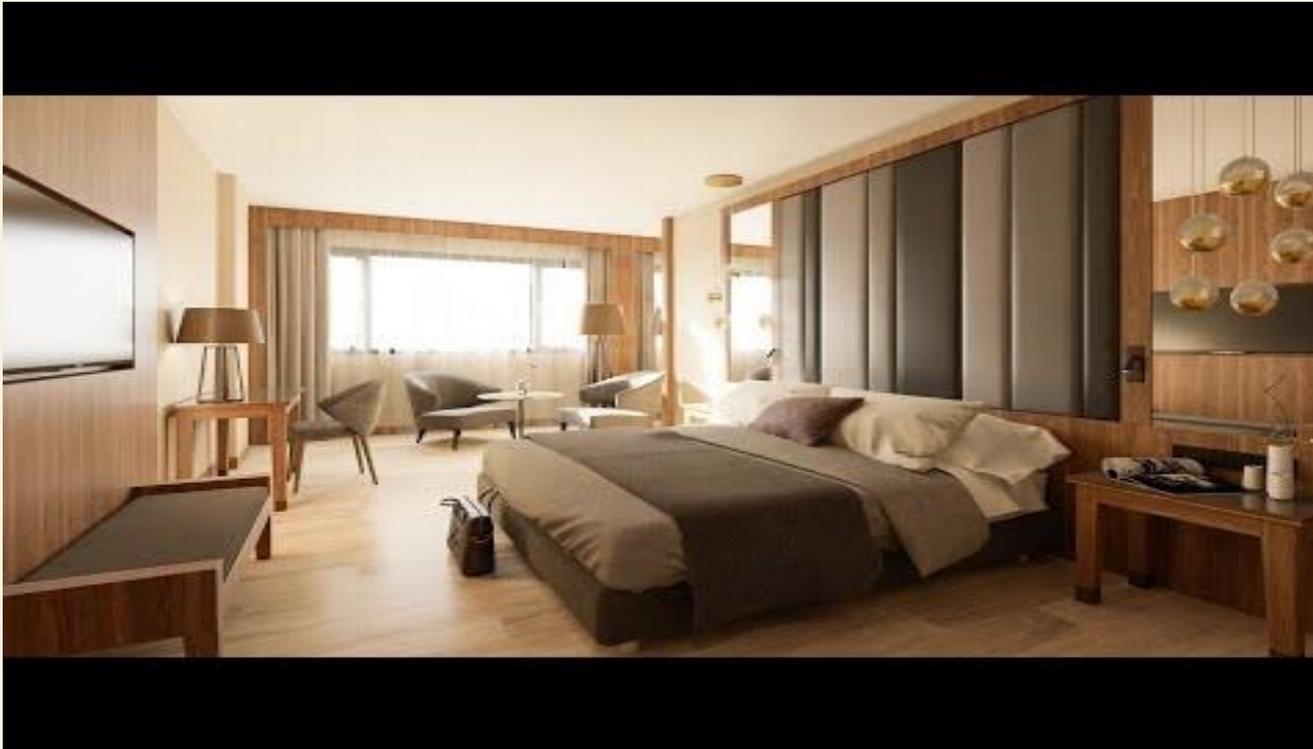
Campañas de Comunicación



Campañas de Comunicación



Campañas de Comunicación



Campañas de Comunicación

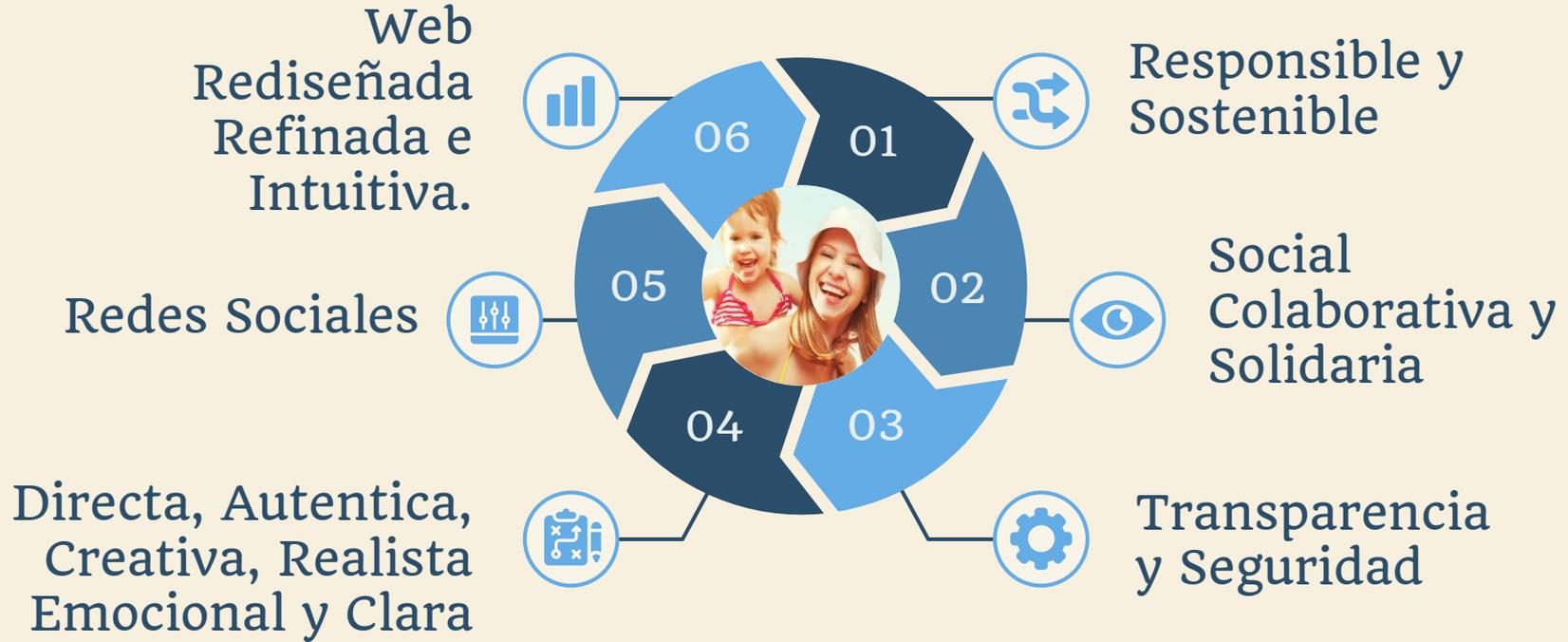


Campañas de Comunicación



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](#)