



**Turismo
Economía
Sustentabilidad+**
GRUPO DE PESQUISA GTES

IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ESPAÑOL

Coordinación

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Reitor

José Jackson Coelho Sampaio

Vice-Reitor

Hildebrando dos Santos Soares

Editora da UECE

Erasmio Miessa Ruiz

Conselho Editorial

Antônio Luciano Pontes	Lucili Grangeiro Cortez
Eduardo Diatahy Bezerra de Menezes	Luiz Cruz Lima
Emanuel Ângelo da Rocha Fragoso	Manfredo Ramos
Francisco Horácio da Silva Frota	Marcelo Gurgel Carlos da Silva
Francisco Josênio Camelo Parente	Marcony Silva Cunha
Gisafran Nazareno Mota Jucá	Maria do Socorro Ferreira Osterne
José Ferreira Nunes	Maria Salete Bessa Jorge
Liduina Farias Almeida da Costa	Silvia Maria Nóbrega-Therrien

Conselho Consultivo

Antonio Torres Montenegro UFPE	Maria do Socorro Silva Aragão UFC
Eliane P. Zamith Brito FGV	Maria Lírida Callou de Araújo e Mendonça UNIFOR
Homero Santiago USP	Pierre Salama Universidade de Paris VIII
Ieda Maria Alves USP	Romeu Gomes FIOCRUZ
Manuel Domingos Neto UFF	Túlio Batista Franco UFF





MAYO, 2020

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo

Coordinación

IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ESPAÑOL

1ª Edición
Fortaleza - CE
2020



IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ESPAÑOL

© 2020 Copyright by Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel, Raquel Santiago Romo
 Impresso no Brasil / Printed in Brazil
 Efetuado depósito legal na Biblioteca Nacional

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Editora da Universidade Estadual do Ceará – EdUECE
 Av. Dr. Silas Munguba, 1700 – Campus do Itaperi – Reitoria – Fortaleza – Ceará
 CEP: 60714-903 – Tel: (85) 3101-9893. FAX: (85) 3101-9893
 Internet: www.uece.br/eduece – E-mail: eduece@uece.br

Editora filiada à

**Coordenação Editorial**

Erasmio Miessa Ruiz

Diagramação

Jakson Renner Rodrigues Soares

Revisão de Texto

Dayne Kelly Rodrigues Soares de Almeida

Ficha Catalográfica

Lúcia Oliveira CRB - 3/304

I39

Impacto del COVID-19 en el comportamiento del turista español [recurso eletrônico] /
 coordinación de Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel,
 Raquel Santiago Romo. - Fortaleza: EdUECE, 2020.
 Livro eletrônico.

ISBN: 978-65-86445-06-0 (E-book)

1. Turismo - Espanha. 2. Turismo - Saúde. I. Soares, Jakson Renner Rodrigues II. Gabriel,
 Larissa Paola Macedo Castro. III. Romo, Raquel Santiago. IV. Título.

CDD: 338.4791





SUMARIO

La investigación	06
El equipo	07
Metodología.	08
Perfil de la muestra	09
Resultados	10
Nueva realidad turística	14
¿Qué cambia?	18
Líneas de acción	31



La investigación

La presente investigación consiste en un estudio relativo al comportamiento de turistas residentes en España con posterioridad a la Pandemia del COVID-19.

El estudio ha sido desarrollado por el *Grupo de Investigación GTES: Turismo, Economía e Sustentabilidade*, de la Universidade Estadual do Ceará (UECE), en colaboración con investigadores e investigadoras de diversas universidades internacionales: Universidade de Santiago de Compostela (Galicia-España), Universidade da Coruña (Galicia-España), Cleveland State University (USA), Universidad Península de Santa Elena (Ecuador), Universidade Federal do Ceará (Brasil), Universidad Rey Juan Carlos (España) y Universidad de Granada (España).

El principal objetivo del estudio es ofrecer información sobre todas aquellas cuestiones relacionadas con los cambios en el comportamiento turístico, para que sea de utilidad a empresas y destinos en su toma de decisiones en un momento de crisis sanitaria mundial.

A continuación, se presentan los resultados. Esperamos que sean de utilidad...





El equipo

Coordinación

Jakson Renner Rodrigues Soares

Larissa Paola Macedo Castro Gabriel

Raquel Santiago Romo

Equipo investigador

Maione Rocha de Castro Cardoso (UECE)

Matías Martínez Abeijón (CSU)

Gil Célio de Castro Cardoso (UFC)

André Vasconcelos Ferreira (UFC)

María Elvira Lezcano González (UDC)

María Ángeles Rubio Gil (URJC)

Carlos Rodríguez Carro (UDC)

Miguel Pazos Otón (USC)

José Luis Paniza Prados (UGR)

Myriam Yolanda Sarabia Molina (UPSE)



Metodología

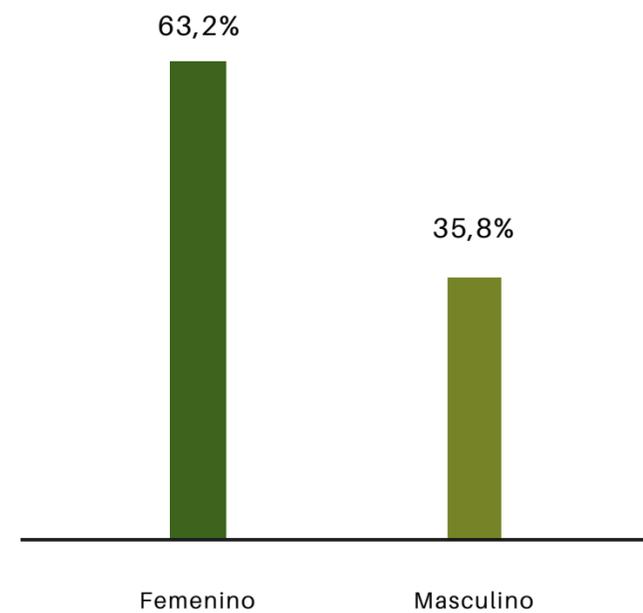
El GTES realizó 851 encuestas online a mayores de 18 años residentes en el territorio español entre el 10 y el 25 de abril de 2020.

A partir de la pregunta inicial “¿Tiene o tenía planificado algún viaje para los próximos meses?” se contestaba a una serie de cuestiones relacionadas con el comportamiento de la persona como turista.

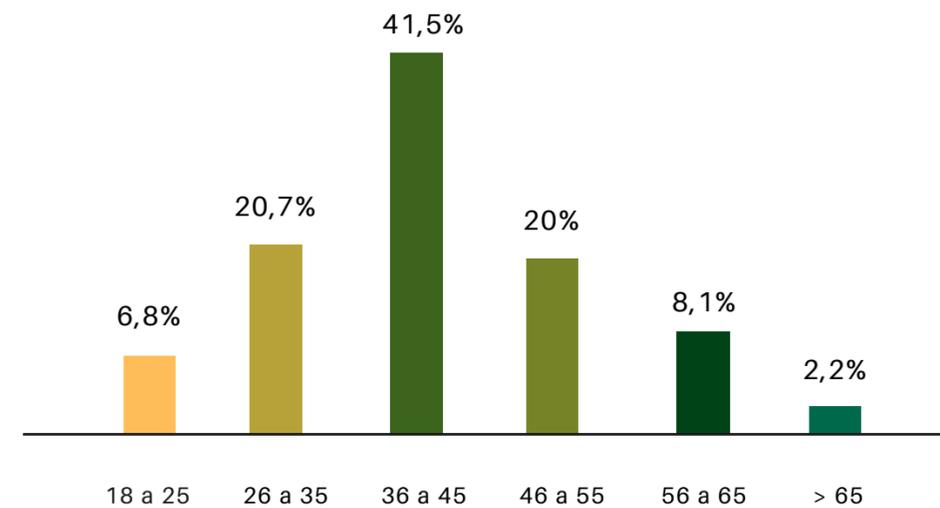
La persona indicaba en una escala de 1 a 5 su grado de acuerdo con cada enunciado. Siendo 5 totalmente de acuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.



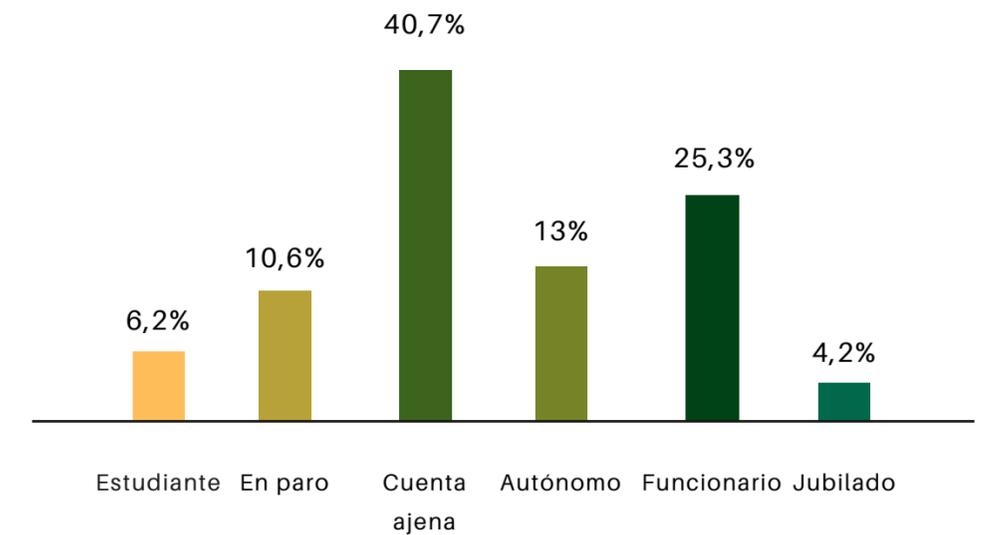
Perfil de la muestra



Género



Edad



Ocupación





Resultados



Calidad



Turismo interno



Agencias de viajes



Seguros de viaje



Gastronomía

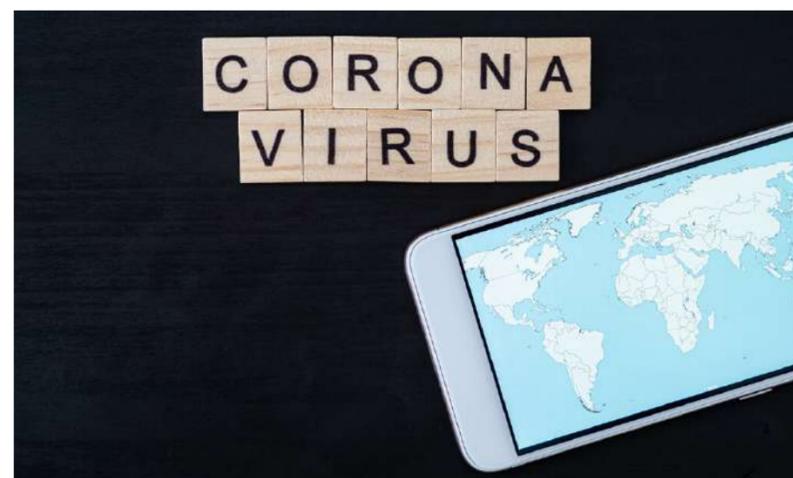


Proceso del viaje



Planificación del viaje

¿Tiene o tenía planificado algún viaje para los próximos meses?



Preocupaciones

¿Qué le preocupa al nuevo turista?



Nueva realidad

¿Qué cambió? ¿Qué actuaciones podremos llevar a cabo?



PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

En relación a los factores esenciales en la planificación del viaje, destacan la intención de informarse mejor sobre el destino y la contratación del seguro de viaje. La proximidad y las reservas en hoteles de mayor calidad constituyen otros de los aspectos relevantes. Sin embargo, la adquisición y asesoramiento de servicios en las agencias de viajes no suscita el mismo interés en este escenario post COVID-19.

63%

Buscará información más detallada

60%

Contratará seguro de viaje

43%

Viajará a destinos más próximos

42%

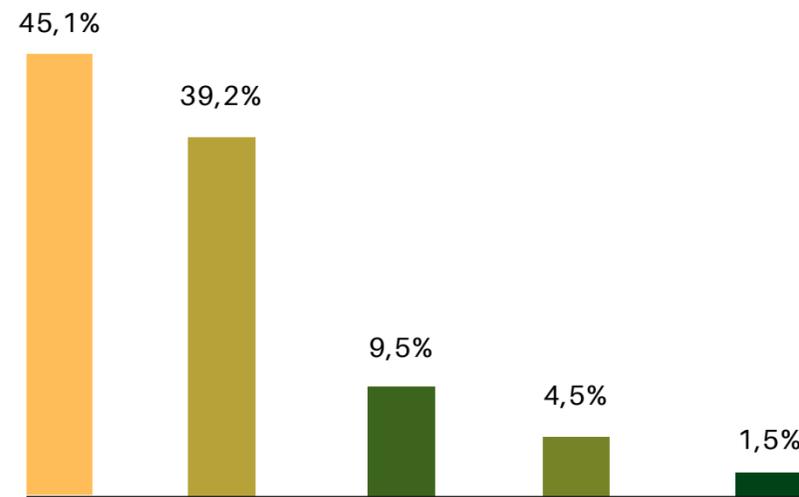
Reservará alojamientos de mayor calidad

22%

Contratará a través de AA.VV

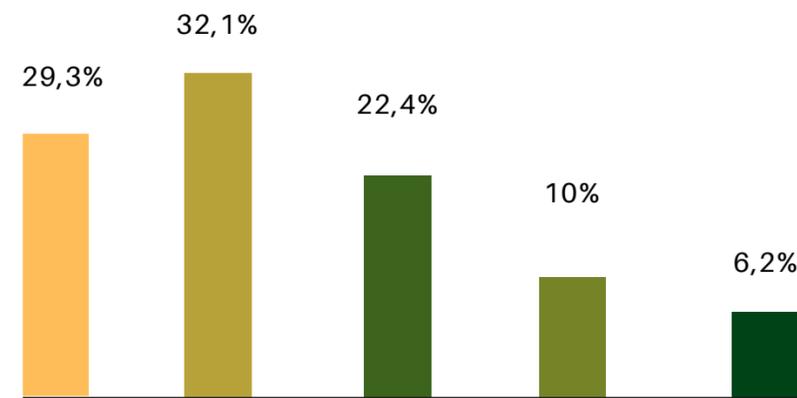


Nuevas preocupaciones



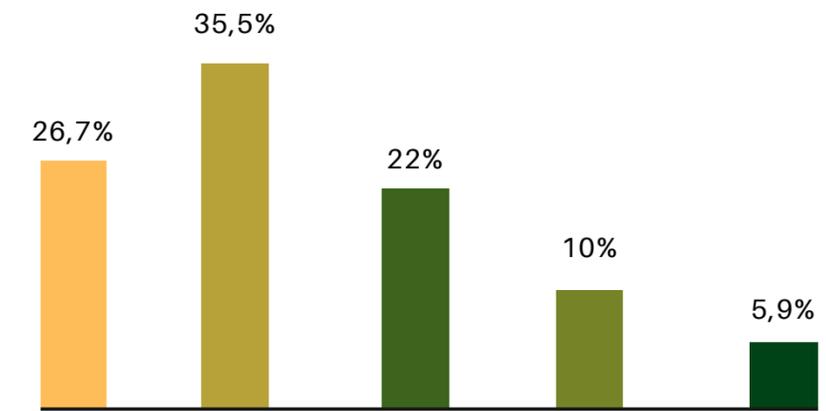
Seguridad del destino

Aumenta la preocupación con respecto a las medidas de seguridad.



Enfermedades endémicas del lugar

Aumenta la inquietud por conocer las enfermedades en el destino.



Sistema sanitario del destino

Crece el interés por informarse sobre el sistema sanitario del destino.

■ Totalmente de acuerdo
 ■ De acuerdo
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 ■ En desacuerdo
 ■ Totalmente en desacuerdo





DON'T  PANIC

La nueva realidad turística

Gastronomía

¿Cambiarán las preferencias culinarias en los próximos viajes?

Hábitos

¿Disminuirá el contacto con la población autóctona en destino?

Frecuencia

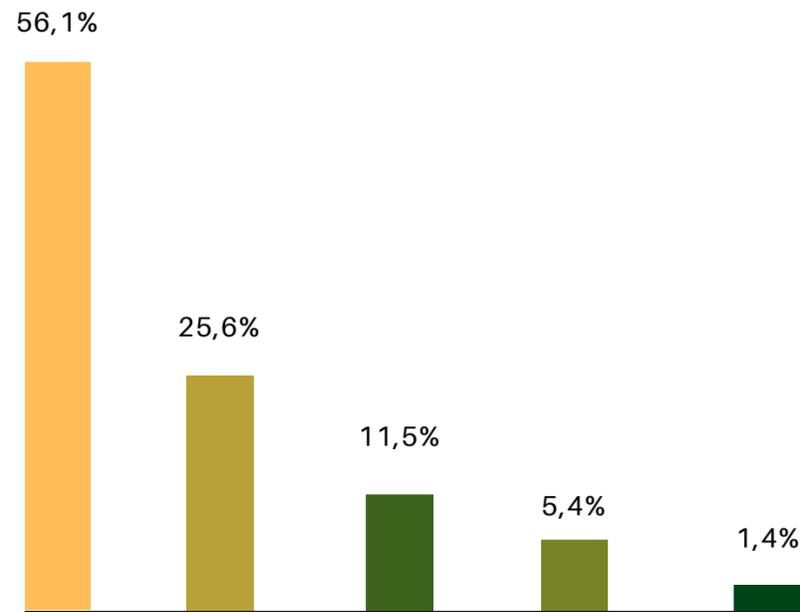
¿Viajaremos menos que antes?



EN LA GASTRONOMÍA...

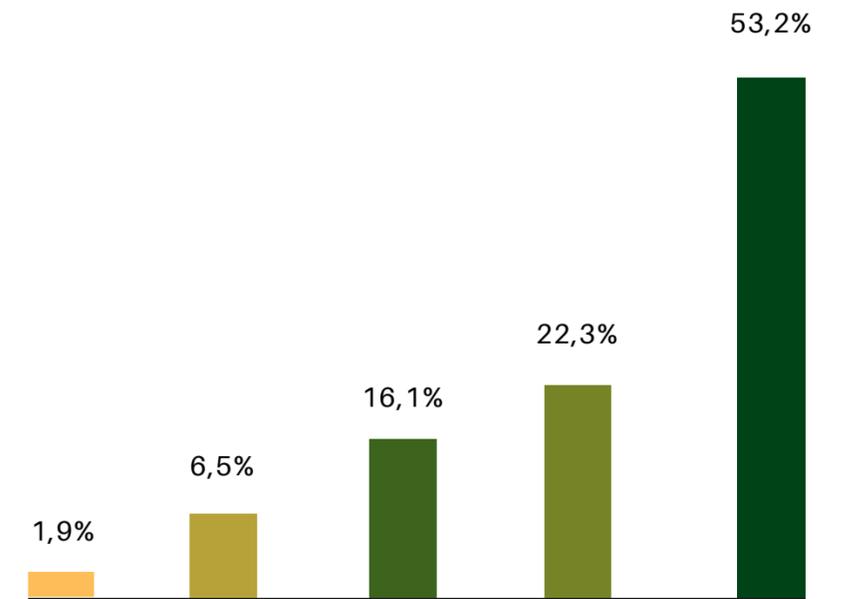
¿Habrá cambios en los próximos viajes?

TURISMO POST COVID-19



Seguiré probando la gastronomía local como antes

La gastronomía local de cada destino seguirá despertando un elevado interés en los viajes una vez finalizada la crisis del Covid-19.



Comeré en cadenas de restauración conocidas

Las cadenas de restauración no verán su consumo incrementado tras la pandemia. La procura por este tipo de establecimientos se mantendrá como antes.

■ Totalmente de acuerdo ■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo ■ Totalmente en desacuerdo

Tendré menos contacto con los residentes



Totalmente en
desacuerdo

Aunque el 25% de las respuestas comparte esta afirmación, el 50% de turistas seguirá interesado en relacionarse con la población local.



¿Se viajará menos?

Sólo un 14%

de las respuestas indican tener la intención de cambiar la frecuencia con la que viajaba antes del COVID-19...



¿QUÉ CAMBIA?



CAMBIO DE PLANES

¿Cambiaré el destino de mi próximo viaje?



NACIONAL O INTERNACIONAL

¿Visitaré destinos próximos?



MOTIVACIÓN

¿Qué me impulsará a viajar?

¿Los planes siguen igual?

Más del 52% de las respuestas indican que se mantendrán los planes de viajes en cuanto sea posible.

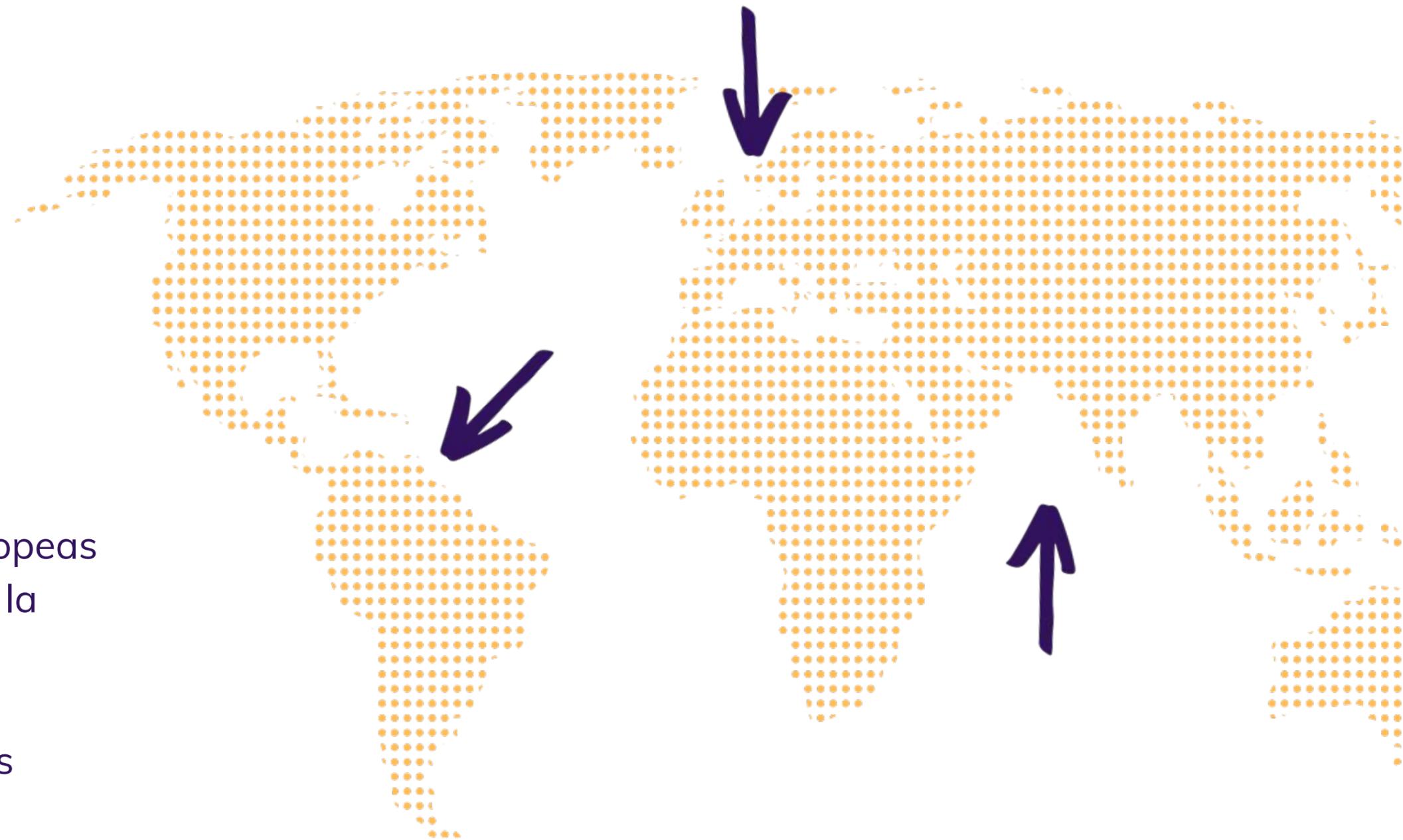
3 de cada 5 personas no cambiará el destino nacional que tenían programado.

Para los viajes internacionales, 1 de cada 4 turistas sopesa modificar el destino planificado con anterioridad al COVID-19.



¿HACIA DÓNDE SE DIRIGEN LOS VIAJES?

Según los resultados, las ciudades europeas serán la tendencia una vez restaurada la normalidad. El turismo en el continente europeo sale reforzado de esta crisis. Los países latinoamericanos y asiáticos también estarán en boga.



DESTINOS EUROPEOS

La tendencia estará marcada fundamentalmente por mayor demanda de viajes domésticos (España), apreciándose un interés por desplazamientos a países cercanos.

Concretamente, Portugal e Italia son los destinos internacionales tendencia para este turismo post COVID-19.

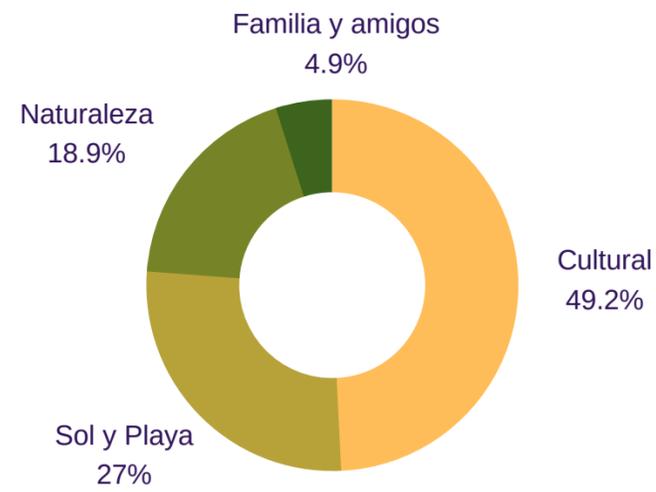


TURISMO INTERNO

En el ámbito insular, Canarias serán el destino más demandado. En el ámbito peninsular, Andalucía y Galicia son los destinos que despiertan un mayor interés.

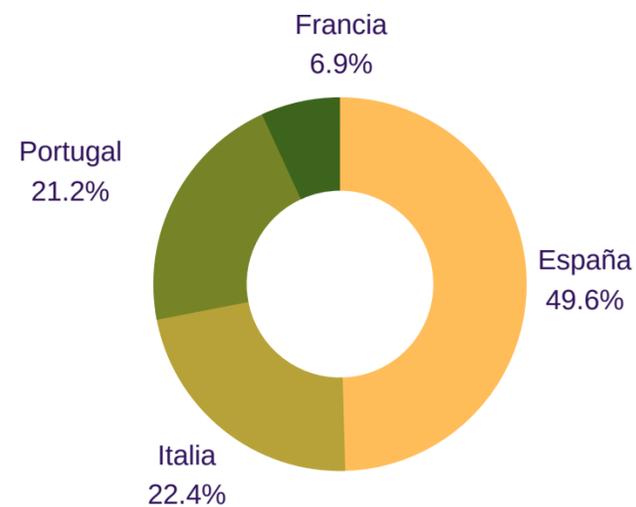


Destinos más buscados



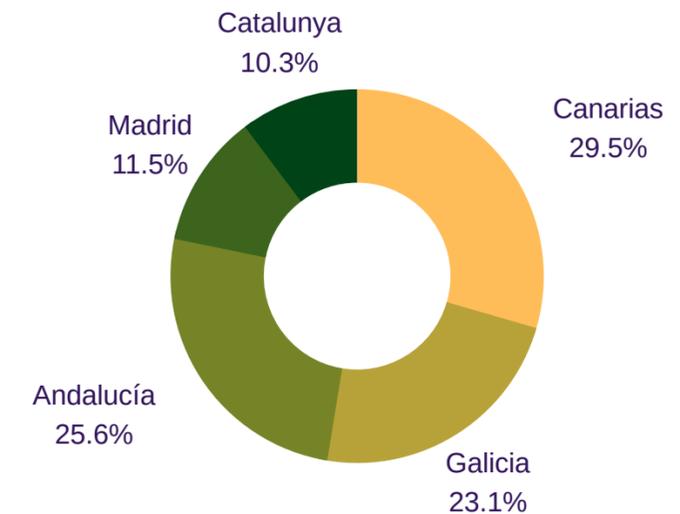
Por Motivación

La motivación cultural será la principal para viajar, seguida de los espacios abiertos y la naturaleza.



En Europa

El turismo interno sale reforzado e Italia encabeza la lista de destinos europeos más buscados, seguido de los países fronterizos.



En España

Canarias, Andalucía y Galicia serán los destinos más buscados, quizás por conjugar elementos como naturaleza, gastronomía y cultura. ➤



Sol y Playa

El relax en zonas del litoral es el deseo más anhelado.



Turismo cultural

Este segmento seguirá en alza en el imaginario turístico.



Naturaleza

La sensación de libertad es la gran aspiración después del confinamiento.



¿Cómo será el nuevo turista?

Los viajes planeados en el ámbito doméstico parece que no se verán afectados por la crisis sanitaria. Sin embargo, se muestra una mayor indecisión a la hora de mantener el destino del próximo viaje internacional.

Seguirán manteniendo el interés por la cultura, patrimonio y gastronomía local, pero serán más exigentes con la calidad del alojamiento y el sistema sanitario del destino.

En esta nueva realidad turística el consumidor invertirá más tiempo en informarse en profundidad sobre el destino, pero los aspectos relacionados con su comportamiento en el lugar no serán muy diferentes a cómo eran antes.

Se producirá un incremento en el interés por buscar destinos nacionales y Canarias, Andalucía y Galicia serán los destinos más buscados. En los viajes internacionales, Europa seguirá siendo la gran protagonista.



¿Y CÓMO QUEDAN LOS VIAJES INTERNACIONALES?



Vacacional



**Familiares y
Amigos**



Negocios



MICE



Estudios



Conciertos

El turismo vacacional y el de negocios sufrirán un mayor impacto por el cambio en los viajes al exterior.

Por el contrario, la asistencia a conciertos, los viajes por motivos de estudios y el turismo MICE seguirán constituyendo una importante motivación para viajar.



¿Y CÓMO QUEDAN LOS VIAJES NACIONALES?



Vacaciones



Negocios



Conciertos

El turismo motivado por estudios saldrá más perjudicado de esta situación. Casi 1/3 de las personas que viajan por esta motivación tiene la intención de cambiar el destino de su viaje. Sin embargo, se encontró que menos del 20% modificará el destino de sus viajes vacacionales dentro del país o en los motivados por la asistencia a conciertos. Por otro lado, el turismo MICE y de negocios mantienen fieles a sus turistas. Además, se destaca que las personas que viajan por motivos deportivos o de peregrinación no tienen intención de cambiar el destino de su próximo viaje.





Resumen de los resultados

- La distancia es un factor decisivo en la elección del destino. Los viajes a nivel nacional producen una mayor sensación de seguridad que los desplazamientos al extranjero.
- Las personas de 56 años o más son las que menos cambiarán el destino de sus viajes.
- La elección del destino se realiza a corto plazo tanto para los viajes nacionales como para los internacionales. Más del 90% de las personas tenía planificado su viaje para 2020.
- La mayoría de turistas con viaje programado no tiene intención de cambiar el destino del viaje.
- El impulso para que haya viajes al extranjero vendrá determinado por los destinos con programación cultural, musical y con organización de ferias y congresos.
- Los viajes a Europa sufrirán menos impactos.
- Para 3 de cada 5 turistas el sistema sanitario del país de destino será un factor decisivo en la intención del futuro viaje.
- El Covid-19 no es un factor decisivo para motivar el cambio de destino del viaje. En esta elección, pesarán más otros factores como la calidad del alojamiento o la incertidumbre sobre la situación financiera del individuo una vez finalizada la pandemia.





Resumen de los resultados

- Aumentará la contratación de seguros de salud para los viajes internacionales.
- El 61% considerará las enfermedades endémicas como un elemento de decisión para elegir el destino.
- La seguridad se convierte en un aspecto fundamental de la oferta turística, 4 de cada 5 turistas buscará más información sobre la seguridad del destino al que viajen.
- La crisis del Covid-19 no incidirá en la percepción de la seguridad alimentaria. La intención de disfrutar de la gastronomía del destino seguirá formando parte del comportamiento turístico. Por el contrario, no aumenta la intención de frecuentar cadenas de comida reconocidas.
- El turismo académico o de intercambio sufrirá un impacto mayor derivado de la pandemia.
- Finalmente, se identificó que España será uno de los destinos estrella en el mercado emisor brasileño. Además, sobresale como un país recurrente en las intenciones de viaje desde México, Portugal e Italia.*

* Este resultado deriva de la misma investigación realizada en otros países como Brasil, México, Portugal e Italia.





Líneas de acción

- Apostar por promocionar nichos de turismo interno concretos que antes se buscaban en el exterior por desconocimiento.
- Con el cambio de interés por los viajes domésticos, las agencias de viajes tienen la oportunidad de apostar por productos turísticos receptivos diseñados estratégicamente para este nuevo turismo.
- Ofrecer al nuevo turista protocolos de actuación en espacios cerrados aumentará la sensación de seguridad y mejorará la imagen del alojamiento, agencia de viajes, restaurante, oficina de turismo, etc.
- En cuanto a los aspectos relacionados con la imagen, el uso de fotografías de lugares y espacios concurridos puede ser contraproducente. Sin embargo, promocionar una imagen de contemplación, con ambientes abiertos y sin aglomeraciones transmitirá una sensación de mayor seguridad.
- El nuevo turista indica que recabará más información antes de decidir. Por ello, es el momento de contar con el apoyo del turista en la difusión de la imagen de calidad de los alojamientos mejorando el boca a boca en las recomendaciones.
- Los destinos de naturaleza podrán trazar rutas seguras para los paseos en un único sentido, aligerando la afluencia de visitantes y regulando de este modo la capacidad de carga.



CONCLUSIONES

01

Canarias, Andalucía y Galicia.

La preferencia será viajar a estos territorios.

02

Más Turismo interno.

Este turista muestra preocupación por el sector e indica que viajará internamente para Generar riqueza en el país.

03

Sol y Playa, Cultura y Naturaleza.

Entre los principales atractivos turísticos que se buscarán.

04

¡Habrá turismo!

Las personas indican que van a seguir viajando. Será el momento de apostar por un turismo de más calidad, responsable y regenerador.





Turismo, la industria de la felicidad...

Si tiene alguna duda o necesita información adicional, no dude en contactar.

GTES - Grupo de Pesquisa em Turismo,
Economia e Sustentabilidade.
e-mail: tes.uece@gmail.com



**Turismo
Economia
Sustentabilidade +**

GRUPO DE PESQUISA GTES