

## LOS HOTELES Y LOS RESTAURANTES ESPAÑÓLES ANTE LA COVID-19 THE SPANISH HOTELS AND RESTAURANTS IN THE FACE OF COVID-19

TOMÁS MAZÓN MARTÍNEZ<sup>1</sup>

*Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas*

*Universidad de Alicante*

### RESUMEN

El turismo es uno de sectores económicos más importantes del mundo, da empleo a una de cada diez personas en todo el planeta y proporciona trabajo a cientos de millones más (O.M.T., 2020). Y en España su importancia es vital. Es el segundo país receptor de turistas (O.M.T., 2019). Con la llegada de la Covid-19, la industria turística mundial está sufriendo unas consecuencias inimaginables pocas semanas antes de su aparición. La llegada de esta pandemia ha hecho que el turismo, en todas sus vertientes, haya desaparecido en este país, hasta el punto de que ciudades vitales y bulliciosas gracias al turismo, actualmente se encuentren desérticas. El objetivo de este artículo es dar a conocer las opiniones de directivos y profesionales de hoteles y restaurantes de toda España sobre esta anómala situación que, según previsiones, va a alterar por completo el turismo tal y como hasta ahora se ha venido desarrollando.

**Palabras clave:** Covid-19 y hoteles, Covid-19 y restaurantes, pandemia y turismo, hoteles en España, restaurantes en España, turismo y trabajo, gestión turística.

### ABSTRACT

Tourism is one of the most important economic sectors in the world, employing one in ten people worldwide and providing work for hundreds of millions more (UNWTO, 2020). And in Spain its importance is vital. It is the second receiving country for tourists (UNWTO, 2019). With the arrival of Covid-19, the global tourism industry is suffering unimaginable consequences a few weeks before its appearance. The arrival of this pandemic has meant that tourism, in all its aspects, has disappeared in this country, to the point that vital and bustling cities thanks to tourism are currently deserted. The objective of this article is to make known the opinions of managers and professionals of hotels and restaurants throughout Spain on this anomalous situation that, according to forecasts, will completely alter tourism as it has been developing until now.

---

Fecha de Recepción: 3 de febrero de 2020 Fecha de Aceptación: 8 de junio de 2020

<sup>1</sup> Departamento de Sociología I. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas  
03690 San Vicente del Raspeig. Alicante. E-mail: tomas.mazon@ua.es

**Keywords:** Covid-19 and hotels, Covid-19 and restaurants, pandemic and tourism, hotels in Spain, restaurants in Spain, tourism and work, tourism management.

## 1. INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2019, la localidad de Wuhan en China, se convirtió en el centro de un brote de neumonía de causa desconocida. China informó por primera vez a la oficina local de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 31 de diciembre de este mismo año. El brote se declaró emergencia de salud pública de interés internacional el 30 de enero de 2020 y días más tarde, el 11 de febrero, la OMS dio un nombre a esta nueva enfermedad por coronavirus: COVID-19 (RIVERA y PASTOR, 2020). Este virus no solamente ha causado graves problemas de salud pública, también ha sido el responsable de desastrosas crisis socioeconómicas, políticas y turísticas en los países afectados.

Está fuera de toda duda la gran importancia que tiene, a todos los niveles, el turismo, siendo uno de los sectores económicos más relevantes y que afecta a la práctica totalidad del planeta. En España su significación es tremendamente esencial. Es el segundo país del mundo en recibir más turistas internacionales (OMT, 2020). Mas todo esto ha cambiado, a partir de finales de febrero de 2020, con la llegada de la Covid-19, la industria turística mundial está sufriendo consecuencias inimaginables pocas semanas antes de su aparición. Esta pandemia ha hecho que el turismo, en todas sus vertientes, haya dado un giro radical e irreversible.

En el presente artículo serán estudiados hoteles y restaurantes de toda España, con el objetivo de definir y aclarar la situación en la que se encuentran ante el nuevo escenario impuesto por la Covid-19. Conocer las consecuencias que en el sector turístico tiene la Covid-19 es uno de los retos a los que nos enfrentamos en este estudio.

## 2. METODOLOGÍA

La metodología de trabajo se sustenta en las técnicas que se consideraron más apropiadas para conseguir la mayor información posible. Así pues, nos centramos en entrevistas abiertas, cuyo diseño se ha hecho elaborando un guion con una serie de temáticas a tratar, basadas en las dimensiones de la investigación. Entre otras, se incluyeron los cambios en los tipos de clientela, las necesidades o preocupaciones de los clientes de los hoteles ante esta pandemia, si se recuperarán los empleos perdidos en este sector, qué opinan de la gestión pública llevada a cabo en esta pandemia y si entienden que se volverá a una normalidad turística.

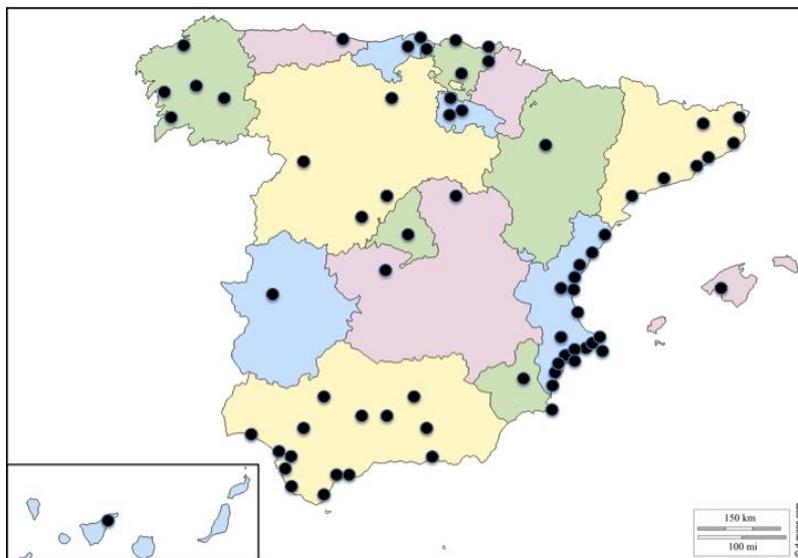
Desde el punto de vista del procedimiento seguido, se han formulado siete preguntas abiertas enviadas, vía e-mail, a

hoteles y restaurantes de toda España. En el caso de los hoteles en total fueron 1.390 los correos enviados. De ellos 332 resultaron rechazados, unos por el propio sistema por no reconocer las direcciones o por haber desaparecido y otros por respuestas automáticas que indicaban que el hotel se encontraba cerrado al público. Es decir, se completaron un total de 1.058 envíos correctos.

La primera semana de septiembre de 2020 se enviaron los 1.390 e-mail citados. Ante el poco eco a esta demanda, días después se volvió a repetir el envío y quince días más tarde se hizo un tercer y último envío. Las respuestas han sumado un total de 68 hoteles de 45 localidades repartidas por toda la geografía española. Han sido hoteles de la máxima categoría hasta hoteles de tres estrellas los que han tenido la atención de participar en este estudio.

En cuanto a los restaurantes, a finales de septiembre de 2020 se procedió a enviar un email, también con otras siete preguntas abiertas, a 1.612 restaurantes de toda España. En este primer envío 763 emails fueron devueltos, tal y como sucedió con los hoteles. Así pues, fueron 849 los envíos válidos. Se comenzó a recibir unas pocas respuestas, lo que obligó a insistir de nuevo solicitando la información demandada. Un par de semanas después se tuvo que repetir la demanda de información, hasta que, en la última semana de octubre de 2020, se enviaron poco más de 800 e-mails. Finalmente se recibieron respuestas de 78 restaurantes de 41 localidades españolas. Cabe resaltar que de estos 78 restaurantes 18 de ellos están galardonados con 1, 2 o 3 estrellas Michelin.

**Figura 1. Mapa de España indicando las localidades de hoteles y restaurantes que participan en este estudio**



*Fuente:* Elaboración propia

### **3. SECTOR HOTELERO**

Las respuestas obtenidas, y su interpretación, se exponen a continuación.

#### **3.1. ¿Se han producido cambios importantes en el tipo de clientela?**

Los hoteles siempre han estado ligados al turismo e indefectiblemente forman parte de él. Sus orígenes discurren en paralelo a los primeros momentos de la historia del turismo y aunque en el transcurso del tiempo han sufrido una lógica transformación, su principal función, básicamente, es la misma: ofrecer alojamiento a aquellas personas que se desplazan fuera de sus lugares habituales de residencia (Mazón, 2001).

Iniciábamos el cuestionario preguntando sobre los posibles cambios que se podían haber producido en el tipo de clientes con los que normalmente trabajaban los hoteles.

Son pocos los entrevistados que afirman no haber cambiado significativamente su clientela. La más contundente en su respuesta es la responsable de un hotel de Alicante para la que, al tratarse de la temporada vacacional, la clientela no ha cambiado con respecto a años pretéritos. Más o menos afirman desde Santa Pola, el turismo que reciben es nacional y no ha sufrido cambio alguno. El director de un hotel de Logroño es contundente en su respuesta, “en absoluto”. Más contundente es la directora de un hotel de Cáceres: “no”. En Ávila responde otra directora que no ha percibido cambio alguno en su clientela al trabajar casi de forma exclusiva con clientela española.

El retroceso en la llegada de turismo extranjero (Exceltur, 2021 y Cinco Días, El País Economía, 2021) y que, en muchas ocasiones ha podido ser sustituido por otros nacionales, es quizá el escenario más frecuente entre los entrevistados (HOSTELTUR, 2020a). Desde los hoteles reconocen que el turismo de extranjeros ha desaparecido a favor de los españoles. El turismo extranjero ha desaparecido, su vacío ha sido ocupado por los nacionales y ahondando más aún por turistas de la misma región o de la misma comunidad autónoma. No contar con turistas extranjeros para algunos hoteles ha sido letal; desde Torre Vieja, aseguran que su clientela era mayoritariamente extranjera, pero que al cancelarse los vuelos con los diferentes países de Europa no podían viajar a España, con las consiguientes anulaciones de reservas de habitaciones, lo que ha supuesto que el hotel no pueda abrir sus puertas.

Este cambio de clientela, pérdida de extranjeros e incremento de los turistas nacionales, ha causado graves menoscabos económicos a los hoteles españoles. Por un lado, debido a que estos últimos realizan estancias más breves y, en

segundo lugar, a causa de que el turismo nacional tiene un menor poder adquisitivo. Desde Bilbao para atraer a los turistas españoles se han visto obligados a bajar los precios. Un entrevistado en Santiago de Compostela también se queja del bajo poder adquisitivo de la clientela actual. En Benidorm las quejas apuntan que el turismo nacional que ahora reciben muestra un nivel de exigencia muy alto, pero queriendo pagar lo menos posible. Desde Monforte de Lemos, la jefa de recepción de un magnífico hotel, comunica que para tratar de salvar la campaña estival se han visto obligados a lanzar una potente campaña de precios, lo que ha cambiado por completo el tipo de cliente con el que solían trabajar hasta ahora. El director de un hotel de Peñíscola asegura que, al desaparecer el turismo extranjero, y ante el menor poder adquisitivo del nacional, otros destinos se han visto obligados a competir, a través del precio, lo que ha tenido negativas consecuencias para el sector, teniendo que bajar los precios y recibir a turistas de poco poder adquisitivo y que antes no podían permitirse hospedarse en hoteles de su categoría.

Finalmente, desde Toledo entiende una entrevistada que el turismo con mayor poder adquisitivo, el extranjero, ha desaparecido y los españoles viajan a lugares no muy alejados de sus domicilios y con menor capacidad de gasto, por lo que “han perdido un 66% de clientes y un 75% de volumen de negocio”. En definitiva, hay que resaltar que el turismo nacional ha sido protagonista, en buen número de destinos, de esta campaña turística tan fuertemente lastrada por la Covid-19.

### **3.2. Principales necesidades o preocupaciones de los huéspedes.**

No son muchas las preocupaciones que tienen los clientes en los hoteles que se alojan. Viene a ser lo mismo en un hotel de Cádiz o Córdoba que en Bilbao o A Coruña. Lo que desean es encontrarse con el hotel adaptado a la nueva situación de la Covid-19, con todas las medidas higiénicas y sanitarias tenidas en cuenta (Hotelesglobales.com, 2020). Desde Santa Pola se interesan por las medidas que ha adoptado el hotel como mascarillas, gel hidroalcohólico, mamparas, etc. En parecidos términos informan desde Madrid, añadiendo el distanciamiento social.

En definitiva, coinciden en afirmar que la preocupación de los clientes tan solo se centra en los protocolos, limpieza, higiene, seguridad, distancia social, que no se produzcan aglomeraciones, dispensadores de gel, mascarillas, sustitución del buffet en los restaurantes y poco más. Desde un hotel de lujo de Valencia entienden que “hay que trabajar haciendo un gran esfuerzo en la seguridad, en la higiene, en la limpieza, en potenciar los espacios al aire libre del hotel y establecer amplios horarios para todos los servicios”.

Hay clientes que, a la hora de hacer una reserva, también tienen otras preocupaciones. Una de ellas es la política de cancelación. Al hacer una reserva se interesan por saber si en caso de tener que anularla tendrían gastos o no. De esta manera, la política de cancelación es una de las principales preocupaciones de la clientela de los hoteles.

Los destinos turísticos y su situación ante la Covid-19 también hay que incluirlos en las preocupaciones de los turistas. Desde Calpe, también desde Murcia, indican que lo primero que suelen preguntar a la hora de hacer una reserva es la situación en la que se encuentra la zona en el grado de contagios. El problema ya no lo ven en los hoteles, entienden que los estos establecimientos cumplen los protocolos establecidos para esta pandemia, el problema lo ven en la ciudad, fuera del hotel, afirman desde Monforte de Lemos.

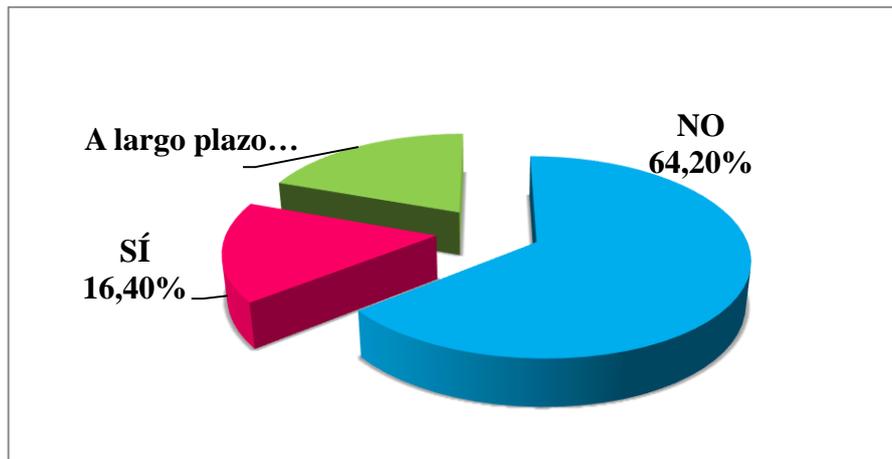
Hay otro tipo de clientela que, sabedores de la situación actual en la que la oferta supera a la demanda, trata de optar por un mejor precio en sus días de hospedaje. Desde Sagunto comentan que el problema de los clientes es el precio, no la Covid-19. Al igual que en Castellón que los clientes buscan precios más competitivos. Es tan obvio que todo apunta a que no se palpa dinero, posición y mundo con determinados segmentos de la clientela actual.

En otro orden de cosas, desde Bilbao entienden que solamente viajan los que tienen una relativa preocupación por la Covid-19, interesándose muy poco por lo que desde los hoteles se ha hecho en cuestión de protocolos. Desde Córdoba encontramos una justificación a este comportamiento o desinterés, al tener el convencimiento de que el que viaja estima que el hotel le da confianza y tranquilidad por haber tomado las medidas oportunas para garantizar la seguridad de su clientela. Lo mismo afirman en Marbella, “los clientes no están muy preocupados por la Covid-19, tan solo tratan de informarse por las medidas que se han tomado y con eso se sienten satisfechos y seguros”.

### **3.3. ¿Considera si se recuperarán los puestos de trabajo perdidos en estos tiempos?**

Las respuestas a esta pregunta son muy poco alentadoras (Exceltur, 2021 y HOSTELTUR, 2020b y 2021a). Comprobamos que el Grafico 1 está polarizado por los que dicen que no, el 64,20% que, junto los que entienden que la recuperación será muy lenta y a largo plazo, el 19,40%, hacen que sea un 83,60% los que tienen muy poca confianza en que el empleo en los hoteles pueda mejorar a medio plazo, lo que confiere a este asunto perfiles inquietantes. Contrariamente, el 16,40% de los entrevistados opinan que no tardarán en recuperarse los puestos de trabajo perdidos a lo largo de esta pandemia.

**Figura 2. ¿Se recuperarán los puestos de trabajo?**



Fuente: Elaboración propia.

La opinión del director de un hotel de Madrid es que no cree que el empleo pueda recuperarse a corto plazo y que las pocas empresas que están arrancando lo están haciendo bajo mínimos, con el personal justo para brindar un servicio de calidad ajustado a la demanda actual.

Desde Benidorm, dicen que la recuperación del empleo va a ser un proceso bastante lento a causa de que las direcciones ven riesgos en contratar a gente nueva por la incertidumbre de la situación y por razones de elemental prudencia. Otro directivo de Benidorm considera que hay una enorme incertidumbre en este sector, la demanda este verano ha sido mala y las previsiones tampoco son halagüeñas, han de funcionar con una plantilla mínima y los turnos de del personal se organizan prácticamente de un día para otro.

El discurso que se recibe desde Ávila es muy similar, han optado por reducir el horario de recepción, e incluso en algunos casos han eliminado este departamento. El director de un hotel de Limpias entiende que la pandemia y la obsesión por ahorrar costes, el verdadero objetivo de los hoteles será el de flexibilizar las plantillas y aumentar la productividad, lo que acabará traducándose en mayor precariedad en el empleo, con el discurso de que “la situación es mala” o que “no hay más remedio”, con el resultado, entiende, de que un alto porcentaje de los puestos de trabajo perdidos no se van a recuperar.

Una entrevistada en A Coruña considera que la recuperación de los puestos de trabajo perdidos no va a ser una realidad hasta dentro de mucho tiempo, se ha establecido un escenario muy complicado y no ve que se atisbe el fin de la crisis sanitaria, al tiempo que la crisis económica aún no ha mostrado sus consecuencias.

Disponer de una vacuna contra la Covid-19 es el argumento más utilizado para que pueda llegar una nueva situación de recuperación efectiva del sector turístico (HOSTELTUR, 2021b). Hay un sentimiento casi unánime de

que tan pronto haya una vacuna, la población se sienta segura para viajar y nuestro país ofrezca garantías de seguridad, empezaremos a ver crecer la ocupación.

Efectivamente, el sector hotelero tiene plena confianza en las vacunas con la Covid-19. Entendemos que el proceso de vacunación se inició en España con una lentitud exasperante pero que, en el momento de escribir estas líneas a finales de mayo de 2021, según el Ministerio de Sanidad (28/05/2021), las dosis administradas son 26.133.689, con 17.707.320 personas que han recibido una dosis y otras 8.804.363 que ya tienen la pauta completada. Importante es también que se ha levantado el estado de alarma que estuvo vigente hasta el 9 de mayo de 2021, se han relajado las restricciones y se puede viajar entre comunidades. Asimismo, a partir del 7 de junio de 2021, España se abre al turismo internacional para aquellos turistas que estén vacunados (Diario El País, 21/05/2021). De esta forma, los hoteleros tienen la esperanza de que el verano de 2021 van a comenzar a retomar su actividad y que, día a día, se vaya volviendo a la tan deseada normalidad.

#### **3.4. ¿Qué opina de la forma en la que desde el ámbito público se está gestionando esta catástrofe?**

Casi todas las respuestas son muy críticas con las actuaciones que, desde el ámbito público, se han sucedido en este tiempo. Entienden que es una situación totalmente novedosa y desconocida, de muy difícil control, pero aun así las críticas son aplastantes.

La jefa de recepción de un hotel de Alicante, reconoce que es casi imposible gestionar debidamente una crisis como esta pandemia, no obstante, es muy crítica por las pocas ayudas destinadas al sector turístico, a pesar de ser España un país en el que buena parte de su PIB proviene de esta industria. Desde Madrid afirman que la gestión no está siendo la más adecuada, aunque, obviamente nadie imaginaba que íbamos a sufrir algo así y es muy complicada su gestión al no haber un precedente, pero la realidad es que estamos a la cola de Europa en cuanto a gestión de esta pandemia. La directora de un hotel de Murcia opina que, ante una situación tan excepcional, que nadie podía imaginar, que desde todos los ámbitos se está actuando siempre de buena fe, con errores y aciertos, pero siempre tratando de controlar los efectos de la pandemia. Desde Benicasim dicen que esta pandemia le viene grande a cualquier país y que es muy difícil gestionar una crisis si no se conocen las posibles soluciones a nivel científico.

La ineptitud por bandera, todo un puro engaño, así de rotundo se expresa el director de un hotel de Córdoba. Las respuestas de algunos entrevistados son escuetas y críticas. Todo se ha gestionado y se sigue gestionando de forma fatal para este sector y de esta forma el país no puede avanzar (Santa Pola). Desde Tossa de Mar, entiende que la gestión es

un desastre, una catástrofe a nivel turístico. Lamentable, dicen desde Segovia y desde Valencia, mala gestión en todos los aspectos. La gestión se está desarrollando “a salto de mata” opinan desde Cáceres. Breve es la respuesta que da una directora desde Tossa de Mar, cuya opinión es que al Gobierno le ha venido grande lo sucedido, exigiendo a todos mientras que ellos no cumplen con sus obligaciones. Poco más o menos afirma desde Sevilla un entrevistado, que considera que hay muchas restricciones y requisitos, pero sin ayudas para llevarlas a cabo. Desde Ávila, la directora de un hotel entiende que desde el ámbito público la defensa de la industria turística ha sido prácticamente inexistente. Un directivo de Toledo afirma que se están dando palos de ciego, sin pensar que cada una de sus decisiones tienen consecuencias. Desde Bilbao para un entrevistado la triste realidad es que lo hecho por el Gobierno confirma que seamos los últimos en Europa.

La gestión es nefasta tanto por las autoridades como por los medios de comunicación, afirman desde Calpe, ya que ambos facilitan informaciones sesgadas e incompletas, ofreciendo una visión surrealista e irreal de lo que está pasando. Desde la dirección de un hotel de Ávila entienden que, desde el ámbito público, no se ha gestionado nada bien esta grave situación en la que no se ha defendido, desde el inicio, a uno de los sectores más importantes de la economía española, entiende esta entrevistada que se podían haber hecho muchas más cosas a parte de los ERTES que vamos a tener que pagar todos los españoles durante muchos años y que esto mismo lo podría haber hecho cualquier otro gobierno.

Duras palabras formula el directivo de un hotel de Valencia para el que la información está muy manipulada, la ocultación de muertos, la dejación de funciones del gobierno, las mentiras por el comité de expertos, irse de vacaciones en plena pandemia y una pésima gestión es lo que está haciendo mucho daño al país en general y al turismo en particular. Continúa este entrevistado haciendo hincapié en lo letal que es para el turismo que algunos ministros no sepan ni medir el impacto de sus declaraciones. Encuentro una apostilla a lo que dice este entrevistado, un jefe de recepción de Vitoria-Gasteiz entiende que, con las declaraciones del Ministro Garzón, diciendo que el turismo no aporta valor en otros sectores está todo dicho. A renglón seguido, para la directora de un hotel en Villajoyosa la mayor parte de las actuaciones positivas las está llevando a cabo el sector privado en su lucha por poder subsistir, mientras tanto el sector público está llegando tarde y mal. En la misma línea, desde San Sebastián entienden que en el sector privado se ha visto una actitud mucho más positiva y con ganas de encontrar soluciones que en el sector público.

Desde Palma de Mallorca una entrevistada considera que la gestión pública está dejando mucho que desear, no hay ayudas realmente efectivas puesto que los créditos ICO no son

realmente ayudas. Pocas ayudas y exceso de control, así lo entiende una directora de Soria, para la que los hoteles se ven muy dañados por los excesivos controles que han de padecer, como en aforos, medidas de seguridad, horarios, mientras que otras actividades económicas no se encuentran tan presionados como el sector turístico.

#### **4. EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN**

La gastronomía siempre ha estado ligada al turismo, pero es en los últimos años cuando está cobrando cada vez mayor importancia como un atractivo producto turístico. Es una modalidad de turismo en el que sus protagonistas buscan el placer del viaje a través de los alimentos. No sorprende que el turismo gastronómico ha ido adquiriendo importancia, dinamizando un número considerable de visitantes que viajan motivados por la gastronomía (Oliveira, 2011). También hay que hacer hincapié en que para cientos de millones de turistas en sus viajes la alimentación es un elemento secundario. Solamente cubre la función biológica de suministrar al cuerpo la nutrición indispensable para su subsistencia. A este respecto, Torres (2003) señala que hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Los primeros, en su viaje solamente se alimentan, no es la comida lo que los motiva a viajar, estos turistas se alimentan por necesidad; los segundos, realizan un viaje en el que están interesados en encontrar placer a través de la gastronomía, siendo la gastronomía el recurso primario del destino visitado (Mazón, Colmenares y Hurtado, 2012).

##### **4.1. ¿Ha bajado el nivel de gasto de su clientela con respecto a años anteriores?**

Comprobamos en la Tabla 1 que ante esta pregunta nos encontramos con tres escenarios bien definidos. En primer lugar, hacemos referencia a los que en sus respuestas afirman que el gasto de su clientela en el año 2020 fue inferior al de años anteriores. El 50% de los entrevistados entienden que, en mayor o menor medida, sus clientes han reducido el gasto que solían realizar en sus establecimientos. En segundo lugar, el 32% de las respuestas obtenidas afirman que el gasto de su clientela se ha mantenido. Finalmente, el 18% de los entrevistados nos comunican que en este tiempo el gasto que venían haciendo sus clientes ha subido y en algunas ocasiones de forma sensible.

Veamos las opiniones, en primer lugar, de los que se han visto más perjudicados por haber bajado el nivel de gasto de sus clientes. Desde Torrevieja, Tarragona, Toledo y Santander achacan esta situación a la falta de turistas extranjeros que, según dicen, es el que más gasta, mientras que el público nacional tiene un gasto menor, seleccionando productos más

baratos. Uno de los entrevistados en Denia confiesa que el nivel de gasto ha bajado, se sirve menos vino, llamando la atención que “en lugar de botellas los clientes piden copas de vino y venden mucha más cerveza que antes”.

**Tabla 1. Gasto de los clientes en los restaurantes**

Comportamiento	Establecimientos	Localización
<b>Ha bajado el gasto entre el 10 y el 50%</b>	39 restaurantes, el 50% del total	A Coruña, Algeciras, Alicante, Altafulla, Barcelona, Cádiz, Chipiona, Córdoba, Daroca de Rioja, Denia, Guardamar del Segura, Jávea, La Manga del Mar Menor, Málaga, Palma de Mallorca, Santander, Santiago de Compostela, Sevilla, Tarragona, Toledo, Torrevieja, Valencia y Villagarcía de Arousa
<b>No ha bajado el gasto</b>	25 restaurantes, el 32% del total	A Coruña, Alcuneza de Sigüenza, Alicante, Cercs, Cáceres, Cadaqués, Cádiz, Denia, El Campello, Errentería, Granada, Huelva, Jávea, La Manga del Mar Menor, Málaga, Puerto de Santa María, San Sebastián, Santiago de Compostela, Sevilla y Zaragoza
<b>Ha subido el gasto</b>	14 restaurantes, el 18% del total	Cáceres, Cádiz, Chiclana de la Frontera, El Campello, Jávea, Llanes, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla, Tarragona, Valencia y Villaverde de Pontones

Fuente: Elaboración propia.

Continuamos con aquellos entrevistados que manifiestan que en sus restaurantes no ha bajado el nivel de gasto de su clientela. “No, y la verdad es que nos ha ido muy bien, ha sido significativo que el gasto ha sido prácticamente el mismo” (La Manga del Mar Menor). “No, se gastan lo mismo” (Zaragoza). “El nivel de gasto por persona se está manteniendo” (Santiago de Compostela).

En tercer lugar, recogemos lo dicho por aquellos que afirman que en sus restaurantes ha subido el gasto de sus clientes. “No, al contrario, en general la gente ha gastado más, y el llamado público de menú apenas ha rondado por nuestro establecimiento” (Valencia). También desde Valencia dicen que “el ticket ha subido en un 30%. Desde Sevilla y El Campello también han visto subir el gasto alrededor del 10%. “Ha subido el nivel de gasto ya que el cliente nacional consume más extras” (Chiclana de la Frontera).

Importante es señalar que, a pesar de los discursos anteriores, hay entrevistados que a pesar de que el gasto por persona en sus establecimientos se ha mantenido o incluso subido, los ingresos del restaurante se han visto mermados. Es muy fácil de entender. Veamos. Hay muchos menos comensales al día, “el gasto por comensal no ha cambiado, lo que sí ha disminuido ha sido el número de comensales semanales que visitan nuestros restaurantes” (Valencia). “Se gastan lo mismo nuestros clientes, pero vienen menos y hemos reducido los ingresos en un 50%” (Alicante). “No, el nivel de gasto no ha bajado, ha bajado el volumen de facturación por la bajada de clientela” (A Coruña). “El cubierto medio sigue siendo el mismo, pero la clientela se ha reducido un 25%” (Málaga).

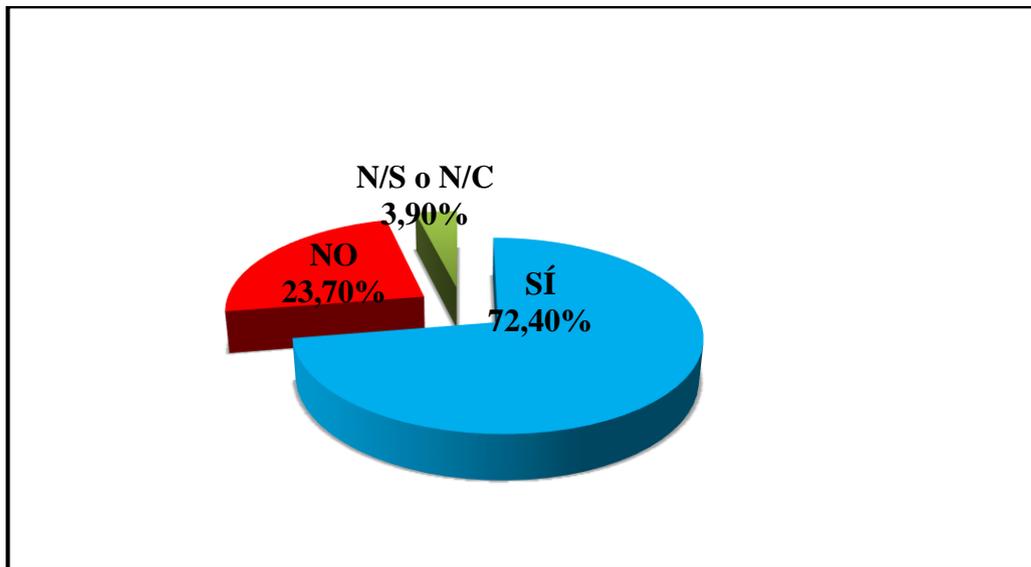
Mención especial merece lo que en este punto ha sucedido en los restaurantes de mayor categoría, los restaurantes galardonados con alguna estrella Michelin. En primer lugar, hay que decir que el 24,7% de los restaurantes que voluntariamente participan en este estudio están galardonados con estrella Michelin. Con más precisión decir que en total lo han hecho 19 restaurantes de toda la geografía española. Indudablemente, también se ven afectados por todos los serios problemas que acosan a la industria turística española, pero el verano de 2020 han podido resistir, con esfuerzo, a los embates que acosan a este sector tan importante como es la restauración. Un par de restaurantes con una estrella Michelin han mantenido el precio del ticket medio o que, cuanto menos, no ha bajado. Desde La Rioja afirman que su clientela ha subido, incrementado el gasto entre un 5 y un 10%. Desde el norte de la provincia de Alicante un entrevistado afirma que la mayor parte de su clientela es de clase media alta, por lo que con el confinamiento han seguido teletrabajando pero gastando a diario menos por lo que la crisis les ha permitido realizar un consumo mayor.

#### **4.2. ¿Considera que la reputación turística de España ha sido dañada?**

En la figura 3 podemos ver que el 72,4% de los entrevistados consideran que la reputación turística de España se ha visto dañada por todo lo sucedido a partir del inicio de esta pandemia en marzo de 2020. Contrariamente, el 23,7% perciben que la imagen o reputación de España está siendo muy dañada. Finalmente, hay un 3,9% que ante esta pregunta su respuesta es el silencio.

Analizamos primero las opiniones de los que dicen que sí está siendo dañada la reputación turística de España. Desde Córdoba mantienen que sí, debido a la repercusión del número de muertos y contagiados con respecto al resto de países, por lo que –asegura– “la imagen es de incompetencia ante las cosas, los políticos han estado más pendiente de la imagen de ellos y la de sus partidos que de los ciudadanos y del país”.

**Figura 3. ¿Ha sido dañada la reputación turística de España?**



Fuente: Elaboración propia.

Este mismo discurso o manifestación lo encontramos en El Campello, lugar en el que el empresario entrevistado tiene el convencimiento de que se ha dañado nuestra imagen turística por tener las peores cifras de contagiados de Europa. También es de opinión similar una de las entrevistadas en A Coruña ya que, al ser el país europeo más perjudicado por la pandemia, la gente evita venir a España. Desde una importante cervecería alicantina su dueño asegura que ahora mismo parecemos los apestados de Europa, a pesar del enorme esfuerzo que los establecimientos están haciendo para cumplir todos los protocolos anti-pandemia.

Otros entrevistados dicen: “Sí, enormemente” (San Sebastián). “Sí, creemos que muchos de los clientes que tuvieron que abandonar las islas en marzo no volverán a visitarnos” (S.C. de Tenerife). “Ha sido dañada, la imagen que damos al exterior es patética” (Tarragona). “Los resultados de la gestión son catastróficos (...) y nos dejan en mal lugar” (Alicante). “Sí, ya que no ofrecemos seguridad si no crispación política” (Huelva). “Muchísimo por el alto nivel de contagio y por la mala o muy mala gestión política” (Zaragoza). “Sí y vamos a tardar mucho tiempo en recuperarnos, la reputación está muy dañada” (Toledo). “Sí, ya que hemos pasado de ser un destino seguro a ser un foco de infección por una gestión nefasta y una manipulación mediática” (Torrevieja). “Sí y mucho por no saber gestionar” (Santander). “Sí, por la pésima gestión política” (Alicante). “Sí, somos los peores de Europa” (La Manga del Mar Menor). “Sí que se ha deteriorado debido al bajo nivel de la clase política” (Villagarcía de Arousa). “Sí, ya

que los mensajes que transmite el gobierno no dan confianza” (Valencia).

Seguimos a continuación con otros discursos que plantean que, a pesar de todo lo que está aconteciendo, la imagen turística española no se está viendo dañada. Veamos. La directora de un hotel de Málaga confiesa que no cree que la reputación de España esté tan dañada, siempre hemos sido un primer destino turístico, la competencia de otros países es lo que nos hace mejorar la oferta y renovación de nuestra planta hotelera, restaurantes de calidad y destinos tanto de sol y playa como de interior. Desde Torrevieja un directivo hotelero tiene el convencimiento de que “es la imagen política del país lo que se ha debilitado, ya que se nos ha visto muy mal organizados”; poco más o menos afirman desde El Campello: “la reputación turística no, la política y la gestión sí” y desde otro restaurante de esta misma localidad dicen que “sólo ha salido dañada la reputación del gobierno de la nación, las instituciones del estado y los gobiernos autonómicos”, al tiempo que este entrevistado entiende que las empresas turísticas españolas son vistas como víctimas de todo lo anterior.

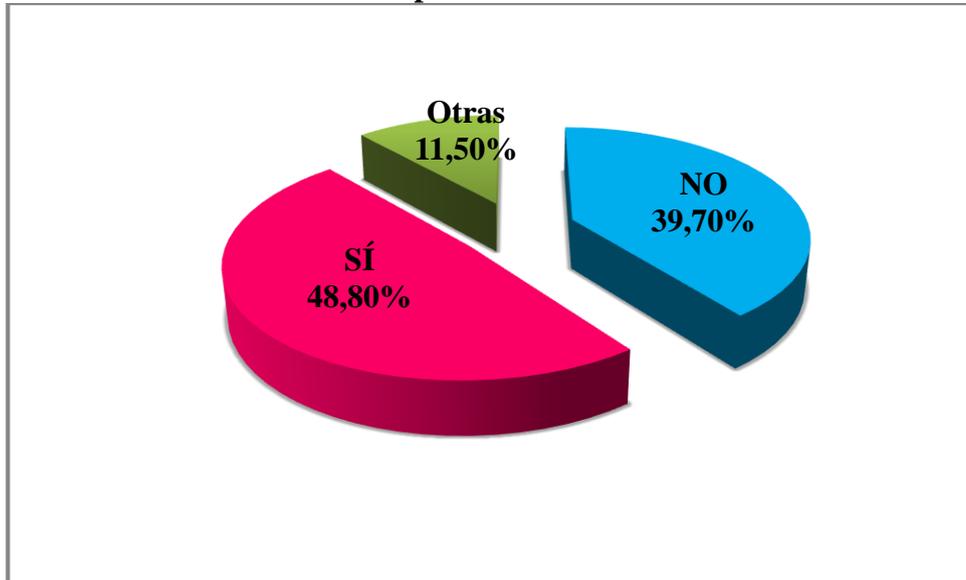
Manuel, desde Santiago de Compostela, considera que no se ha dañado la imagen turística puesto que todos los países estamos más o menos igual y aunque hay que mejorar algo la percepción que pueden tener los turistas internacionales, cree que la reputación turística se mantiene. Poco más o menos dice Susana desde Algeciras, para la que “nos encontramos en una situación que es general y nosotros seguimos siendo un país con muchos atractivos para el turismo, al tiempo que los turistas comprenden que esta situación es excepcional”. Finalmente, la directora de un hotel de Chiclana de la Frontera valora que no se ha visto dañada, “en absoluto, nuestros clientes se han ido muy satisfechos y los que no han venido se quedaron con las ganas. Respetan mucho nuestra profesionalidad y así nos lo han hecho saber. La pandemia no la ha generado el turismo, por lo que opino que los turistas volverán a sus lugares de siempre. Pueden haber cargado contra la reputación política no contra el turismo”.

#### **4.3. ¿Cree que cuando se solucionen los problemas de esta pandemia las cosas volverán a ser como antes?**

Exponemos en la figura 4 que los que entienden que se volverá a la situación anterior suponen un 48,80% de todas las respuestas. A continuación, un 39,70% de entrevistados afirman que tendrá que pasar un tiempo antes que las aguas vuelvan a sus cauces normales, es mucho el daño sufrido por la industria turística, por lo que hasta dentro de unos cuantos años se seguirán sufriendo problemas, entienden que la situación es muy compleja y ya no se volverá a repetir lo que fue el turismo antes de la llegada de la pandemia. Finalmente

hay otros entrevistados, el 11,50% que tienen en cuenta otras situaciones que veremos más abajo.

**Figura 4. ¿Volverán las cosas a ser como antes de la pandemia?**



Fuente: Elaboración propia.

Comenzamos con los entrevistados que tienen el convencimiento de que cuando se solucionen los problemas de esta pandemia las cosas volverán a ser como antes. Desde un acreditado restaurante de Alicante, aseguran que nos encontramos con una crisis muy grave pero que en el plazo de un año España se levantará progresivamente de esta doble crisis, sanitaria y económica, entendiendo que también se van a producir modificaciones en nuestros hábitos y comportamientos sociales. En Jávea afirma un entrevistado que no tiene duda de que volverá la situación anterior ya que somos un país con una tremenda habilidad para olvidar, tanto lo malo como lo bueno. Este mismo argumento manifiestan desde Santander, el entrevistado considera que a todos se nos olvidan los males y queremos vivir felices. En Tarragona entienden que la gente volverá a las mismas costumbres de antes, “no en balde somos latinos, mediterráneos y nos gusta estar con gente, relacionarnos, salir, hacer vida en la calle...”. Uno de los entrevistados en Valencia asegura que los tiempos que vienen serán todavía mejores puesto que gran parte de la competencia desleal habrá desaparecido y la gente va a tener muchas ganas de salir y, en lo que al turismo extranjero se refiere, los europeos han de soportar once meses al año sin sol y se van a volcar de nuevo a nuestro país. Enlaza esto último con lo que opinan desde Cádiz, al afirmar que la gente tiene necesidad de moverse, de viajar (Mazón, 2014).

Vamos ahora con el discurso de aquellos que mantienen que las cosas ya no volverán a ser como antes de la COVID-19.

Vimos que representan el 39,70% del total de opiniones dadas. Alberto, de Córdoba, opina que este año 2020 iba a ser espectacular, encadenado a muchos años de constante subida y que de la noche a la mañana todo se ha ido al traste, entendiéndolo que “no se va a recuperar ni el volumen de turistas anterior, ni la cifra de negocios, ni el nivel de contratación personal anterior”. Desde A Coruña expresan que habrá unas consecuencias económicas y sociales de las que se tardará en salir.

Para la directora de un establecimiento de Cáceres nada vuelve a ser igual, cada cambio genera otros cambios, unos para bien y otros para mal. Una gerente sevillana manifiesta que múltiples empresas han cerrado y no podrán volver a abrir y otras muchas están seriamente dañadas y ya no podrán volver a una normalidad. Un entrevistado en Guardamar del Segura admite que no será ya igual que antes puesto que van a quedar muchas secuelas en la sociedad y en todo nuestro tejido empresarial. Desde Córdoba confiesan que “no se cuenta con un colchón financiero y la gente ha tenido que recortar de su día a día además de tener que comerse los pocos ahorros”. Desde Chiclana de la Frontera opinan que las empresas “nos hemos reinventado y hemos aprendido de esta crisis. La digitalización urgente, los procedimientos de reacción ante nuevas normativas, la resistencia demostrada, etc. nos harán mucho más fuertes. El mundo quiere normalidad, y los empresarios necesitamos seguridad. Creo que se trabajará en garantizar que el turismo no sea el primero en caer ante una crisis como esta. Los empresarios del turismo están alerta para fortalecer el sector y buscar alternativas seguras a su supervivencia”. Nuevas líneas de negocio han aflorado, como el *take away* y muchas cosas más se irán adaptando. Desde Cantabria afirman que las cosas ya no volverán a ser como antes, perciben que “lo sucedido ha sido un punto de inflexión que nos ha hecho ver y valorar la vida desde otros prismas y en el sector del turismo y hostelería consideramos que la gente va a vivir día a día disfrutando en la medida de sus posibilidades”.

Recogemos el discurso de los que aseguran que las cosas volverán a sus cauces primitivos pero que no será así hasta que transcurra el tiempo. “A corto plazo no, pero en cuanto se recupere la confianza económica la gente volverá a consumir igual” (El Campello). Tardaremos unos años en volver a lo anterior, entiendo –plantea un entrevistado desde Málaga– que cuando se tenga una vacuna contra la COVID-19 la economía española estará muy dañada y nos costará tiempo amortizar las deudas contraídas. “Sí, pero costará mucho tiempo” (Jávea). “Solo a muy largo plazo” (Valencia). “Es lo que esperamos, pero no sabemos cuánto tiempo tardarán las cosas a ser como antes” (Santa Cruz de Tenerife). Así opina una entrevistada de Tarragona “no será una recuperación inmediata, dado que lo

perdido no es solo los meses de cierre, si no todo el año, la temporada está perdida. No sé redactar, pero entiendo que esta crisis es un viento que viene a por todos para zarandearnos, como consecuencia de ello solo sobrevivirán los que tienen sus buenos cimientos, no va a ser fácil salir adelante”. “Se necesitarán años para resolver este daño” (Alicante). “Tardaremos en volver un par de años, pero creo que la gente volverá a confiar y por lo tanto volverá a viajar y gastar” (A Coruña). “Creo que por nuestro bien sí, pero va a tardar más de lo que nos cuentan” (Llanes). De dos a cuatro años, estima uno de los entrevistados de Sevilla, que será el tiempo que se tardará en volver a un estado como el de antes. Desde Santiago de Compostela no cree uno de los entrevistados que las cosas vuelvan a ser como antes, cuanto menos a corto plazo, ya que todo el mundo va a tener menos dinero para gastar y habrá que ajustarse a los nuevos turistas.

Desde La Manga del Mar Menor (Murcia) afirman que hay aspectos en los que la pandemia ha servido para acelerar su avance, sobre todo a nivel tecnológico de las empresas, y esto está claro que no volverá atrás. En cuanto a la interacción interpersonal –continúa–, creen que a medio plazo si cambiará, dependerá en los próximos años como evolucione la pandemia y si nos terminamos de acostumbrar a este tipo de medidas.

Contra el gobierno arremete uno de nuestros entrevistados en Toledo, declara que pasarán algunos años para llegar a la cima en la que estábamos, pero que a los que gobiernan no les interesa la estabilidad, buscan el conflicto de la forma que sea. El director ejecutivo de un acreditado restaurante de Cádiz, considera que necesita que vuelva a como estábamos antes en volúmenes de negocio, pero siendo realistas sabemos que va a ser muy complicado, y más en un sector tan estigmatizado por la sociedad como la hostelería. Desgraciadamente se ha demostrado que somos un sector prescindible, aunque no esté para nada de acuerdo (Cádiz). También desde la provincia gaditana, concretamente desde Algeciras, manifiestan que se van a producir algunos cambios en la forma de trabajar ya que se van a utilizar más las tecnologías, el teletrabajo, sistemas de limpieza, etc. Asimismo, desde Cádiz aseguran que se ha de estar preparado para futuras situaciones similares, con los consiguientes cambios en la automatización de muchos de los procesos hoteleros, cambios en la decoración de hoteles, cambios en la restauración y sus servicios complementarios y, sobre todo, cambios en la mentalidad de los clientes que van a valorar aspectos que antes no se planteaban.

No salimos de la provincia gaditana y, desde Chipiona, afirma nuestra entrevistada que “en cuanto al turismo tengo fe en que sí, pero hay muchos negocios, desde hoteles, restaurantes, agencias de viajes, que serán compradas por capital extranjero, además a bajo precio, por lo que seguiremos

en la senda de empobrecimiento del país, al estilo iberoamericano. Así y todo, supongo que el clima y la buena gente y gastronomía, seguirá tirando del turismo y atrayendo a las personas a venir a este país”. Desde Denia, uno de los entrevistados a pesar de decir que lo que expone es su modesta opinión y que él no es un experto, pone encima del tapete serios y graves problemas que van a llegar dentro de nada, afirma textualmente que “no creo que sea como antes, se ha perdido empleo, me imagino que todo el dinero gastado tendrá que salir del algún lado, me imagino que subirá el IVA, habrá paro y la gente guardará por si hay otra Pandemia de otro virus como están anunciando, las empresas cogerán trabajadores a cuenta gotas, porque no puedes planificar de aquí a dos semanas lo que puede pasar, de todas las personas que están en el ERTE la realidad es que muchos perderán su puesto de trabajo ya que creo que el consumo bajará, y lo primero que se reduce en las economías familiares es en restaurantes. Todo es bajo mi punto de vista personal y tampoco soy un experto”. Concluimos con lo que desde un restaurante de tres estrellas Michelin declara su chef, “por supuesto que no volverán las cosas a ser como antes, se habrán cerrado muchos locales y mucha agente habrá perdido su empleo, con el agravante de que la pérdida en capital social va a ser incalculable”.

## **5. CONCLUSIONES**

Desde el sector hotelero recogemos opiniones que afirman que la práctica desaparición del turismo extranjero y su sustitución por el turismo nacional fue, en el año 2020, la causa de graves menoscabos económicos con una sustantiva reducción del gasto por turista, ya que los españoles realizan estancias más breves y tienen un poder adquisitivo más bajo.

En segundo lugar, resaltar que los clientes de los hoteles tienen confianza de que, en estos establecimientos, se cumplen los protocolos que la Covid-19 obliga, como es la limpieza, higiene, distancia social, uso de mascarillas, dispensadores de gel y que no se produzcan aglomeraciones.

En lo que, a la recuperación de los puestos de trabajo perdidos a lo largo de la pandemia, tan solo el 16,40% estima que se van a recuperar y para el resto de los entrevistados el empleo tardará un tiempo en volver a sus cauces habituales, entendiéndose que el disponer de una vacuna contra la Covid-19 puede ser la solución para la recuperación del sector; así se comienza a atisbar ya que España, en verano de 2021, se abre al turismo internacional para los turistas que estén vacunados.

Alcanzan especial relevancia las denuncias que los entrevistados hacen a la gestión pública que se ha realizado en esta pandemia, las críticas son aplastantes. Denuncian que no ha sido la adecuada y que el Gobierno no ha estado a la altura

que el turismo merece, dando palos de ciego, dejando mucho que desear y sin ofrecer ayudas realmente efectivas para el sector.

En cuanto al nivel de gasto en los restaurantes, es importante recalcar que lo más perjudicial ha sido el mantenimiento de la distancia social y la obligada separación de las mesas. Por ello, el número de comensales descendió notablemente y, aunque en muchos establecimientos el gasto por comensal se ha mantenido o incluso ha subido, los ingresos se han visto seriamente mermados.

Finalmente, la mitad de los entrevistados tiene el convencimiento de que, cuando se solucionen los problemas de esta pandemia, las cosas volverán a ser como antes; no será una recuperación inmediata, pero existe la confianza de que la gente seguirá apostando por el turismo y volverán a viajar. No obstante, las cosas han cambiado de forma radical e irreversible y la realidad es mucho más compleja de lo que a menudo nos gustaría pensar, son muchas las empresas que habrán desaparecido y alcanzar el nivel turístico de antes de la Covid-10 será realidad una vez que pasen varios años.

## 6. REFERENCIAS.

- CINCO DÍAS, EL PAÍS ECONOMÍA (2021): Recuperado de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/01/05/companias/1609832429\\_802008.htm](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/01/05/companias/1609832429_802008.htm)
- DIARIO EL PAÍS (2021-05-20): Recuperado de <https://elpais.com/economia/2021-05-21/espana-levanta-desde-el-lunes-las-restricciones-para-los-viajeros-del-reino-unido-y-japon.html>
- EXCELTUR (2021). Recuperado de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Perspectivas-N75-Balance-del-an%CC%83o-2020-y-previsiones-para-2021-1.pdf>
- HOSTELTUR (2021<sup>a</sup>): Recuperado de [https://www.hosteltur.com/141891\\_medio-millon-de-trabajadores-de-la-hosteleria-se-han-quedado-sin-empleo.html?code=home-page{2021-01-27}&utm\\_source=newsletter-es&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=medio-millon-de-trabajadores-de-la-hosteleria-se-han-quedado-sin-empleo-hosteltur-27-01-2021&utm\\_term=20210127&utm\\_content=noticia-destacada-2](https://www.hosteltur.com/141891_medio-millon-de-trabajadores-de-la-hosteleria-se-han-quedado-sin-empleo.html?code=home-page{2021-01-27}&utm_source=newsletter-es&utm_medium=email&utm_campaign=medio-millon-de-trabajadores-de-la-hosteleria-se-han-quedado-sin-empleo-hosteltur-27-01-2021&utm_term=20210127&utm_content=noticia-destacada-2)
- (2021<sup>b</sup>): Recuperado de [https://www.hosteltur.com/141829\\_el-nivel-de-vacunacion-determinara-los-flujos-segun-el-presidente-de-tss.html](https://www.hosteltur.com/141829_el-nivel-de-vacunacion-determinara-los-flujos-segun-el-presidente-de-tss.html)

- (2020a): Recuperado de [https://www.hosteltur.com/138947\\_la-llegada-de-turistas-extranjeros-se-desploma-un-75-en-julio.html](https://www.hosteltur.com/138947_la-llegada-de-turistas-extranjeros-se-desploma-un-75-en-julio.html)
- (2020b): Recuperado de [https://www.hosteltur.com/141345\\_el-empleo-turistico-retrocedio-mas-de-un-14-en-noviembre.html](https://www.hosteltur.com/141345_el-empleo-turistico-retrocedio-mas-de-un-14-en-noviembre.html)
- Hotelesglobales.com (2020): Recuperado de <https://www.hotelesglobales.com/landings/campanas/2020/protocolo-covid-19>
- MAZÓN, T. (2001): *Sociología del Turismo*. Madrid. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 300 páginas.
- MAZÓN, T. (2014): *El Turismo. Lo bueno, lo feo y lo malo*. Alicante: Editorial Compás.
- MAZÓN, T., COLMENARES, M. y HURTADO, J.A. (2012): “Turismo gastronómico y turismo de masas: la satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm”, en *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, (1), 122 - 141.
- MINISTERIO DE SANIDAD (28 de mayo de 2021). Recuperado de <https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/cayes/alertasActual/nCov/vacunaCovid19.htm>
- OLIVEIRA, S. (2011): “La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, nº 3.
- O.M.T. (2020): <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- O.M.T. (2019): Recuperado de [enterat.com https://www.enterat.com/ocio/paises-mas-visitados-mundo.php](https://www.enterat.com/ocio/paises-mas-visitados-mundo.php)
- RIVERA, J. y PASTOR, R. (2020): “¿Hacia un turismo más sostenible tras el Covid-19? ¿Percepción de las agencias de viajes españolas?”, en *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* (21), 206-229.
- TORRES, E. (2003): “Del turista que se alimenta al turista que busca comida”, en LACANAU Y NORRILD, *Gastronomía y Turismo. Cultura en Plato*. Buenos Aires: CIET.