

# El impacto de la pandemia en el turismo: modelos, estancias y mercado de alquiler

EsadeEcPol Insight #31 Julio 2021

## AUTOR

**José María Raya**

Tecnocampus  
MataróMaresme  
(Universitat Pompeu Fabra);  
director de la Cátedra  
"Vivienda y Futuro" (UPF)

## RESUMEN EJECUTIVO

- La temporada turística de 2021 va a ser crucial para la recuperación de la economía española. Para modular las expectativas al respecto, es clave partir de los datos disponibles durante lo que llevamos de pandemia, que indican una afectación más intensa en España que en el resto del mundo, así como repuntes más modestos de lo esperado en la temporada veraniega de 2020.
  - Los efectos agregados de la pandemia sobre el sector turístico han sido incluso peores que en el resto del mundo: los viajeros extranjeros se redujeron durante 2020 en un 77%, situándonos en niveles de 1969. El desplome del gasto turístico respecto al año anterior fue igual de grave: un 78,6% menos. Las comunidades autónomas con más peso turístico han sido las más azotadas.
  - Por meses, en julio y agosto de 2020, pese a la desescalada y la reapertura, la actividad fue de apenas un 20% de la observada en 2019. A partir de entonces la actividad turística se situó en el entorno del 10-15% del 2019. En términos de ocupación hotelera, en ningún mes se llegó al 50% de plazas ocupadas sobre el total.
- En lo referente al tipo de turismo, en los datos que proporciona la plataforma AirDNA para la ciudad de Barcelona observamos un ligero aumento en precios, motivado por un demandante más cercano al turismo de negocios. En ocupación e ingresos los descensos están por encima del 20%.
- Se observa un interesante efecto en la estancia mínima: durante el periodo 2014-2019 ya aumentó de 4 a 8 días. Pero además la pandemia ha elevado esta estancia mínima hasta los 12 días en 2020 y 15 en 2021. Los propietarios han buscado un inquilino más estable. Parte de los pisos turísticos se han desplazado hacia el alquiler tradicional. Este hecho ha podido contribuir a la reducción de precios observada en 2020 en el mercado del alquiler de Barcelona.
- Es imprescindible hacer un seguimiento de la duración y los efectos de este fenómeno del tránsito de oferta de pisos hacia oferta de mercado de alquiler tradicional. Esta y otras evaluaciones similares de fenómenos acentuados durante la pandemia podrían informar la imprescindible reconversión del sector, que debería girar en torno a dos ejes que pueden beneficiarse de esta tendencia incipiente:
  - a. aumento de la diversificación de la oferta y diversificación geográfica con el objetivo de llegar a nuevos segmentos internacionales más rentables
  - b. fomentar la desestacionalización
- Además, para ajustar la recuperación del sector, proponemos evitar las ayudas a la demanda turística, pues son regresivas y en última instancia no incentivan el viaje de nuevas personas sino que más bien aplican un descuento a las que ya pensaban viajar igualmente. En cambio, el sector, a corto plazo, necesita ayudas directas y ampliación de los ERTes para subsistir. En esta provisión sería imprescindible discriminar a favor de los negocios viables.
 

A medio plazo, hay que reflexionar sobre la excesiva exposición de la economía española al sector turístico. Sin renunciar a un segmento clave de nuestra riqueza, sería conveniente atender a diversos estudios recientes que apuntan hacia una dudosa capacidad del turismo como motor económico.

# Introducción

La covid-19 ha sido devastadora para la economía española. Los datos del último trimestre de 2020 muestran una caída del PIB del 9,1%, caída que fue casi del 23% durante el primer semestre de 2020. Cifras similares se pueden aportar en términos de empleo. A pesar de que los efectos negativos de la pandemia sobre las economías europeas han sido generalizados, la intensidad en la economía española en relación a otros países de nuestro entorno europeo ha sido mayor.

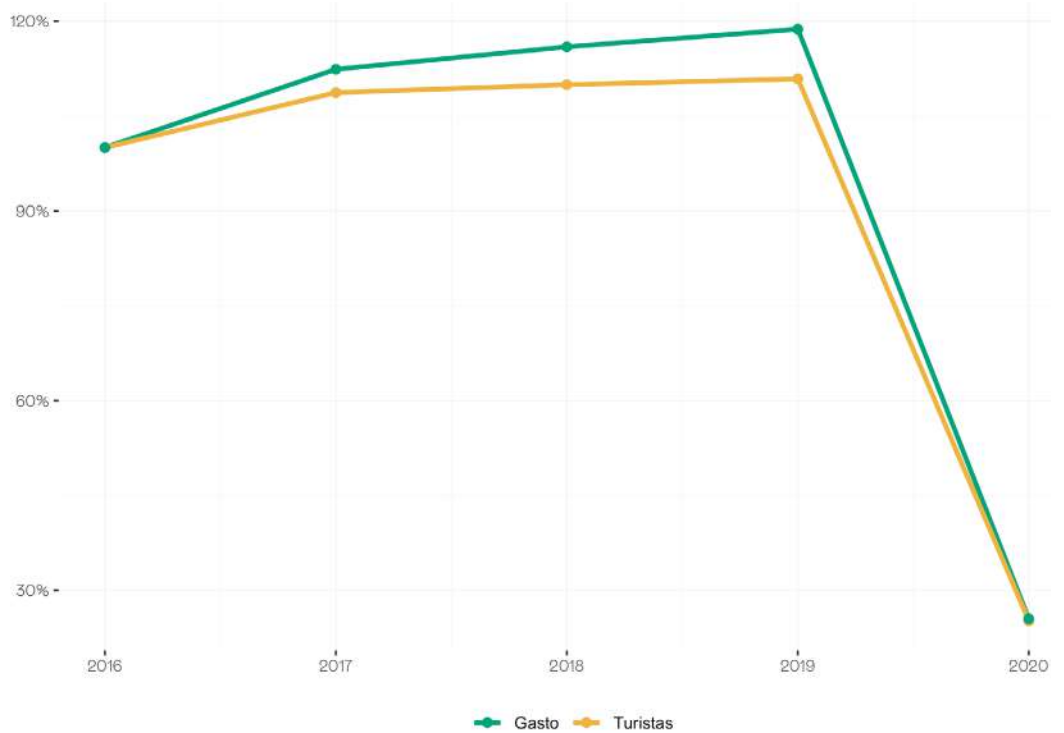
España es el segundo destino turístico más popular del mundo. El Instituto Nacional de Estadística estima que el 12,3% del Producto Interior Bruto en España procedía del turismo en 2018. El empleo en sectores relacionados con el turismo (como porcentaje del empleo total), con datos de la Encuesta de Población Activa ha venido aumentando de manera continuada durante este periodo, hasta alcanzar el 13,4% en 2019. Todos los analistas apuntan a que esta ha sido la causa de que España haya sido una de las economías más azotadas por la pandemia: la sobreexposición al sector turístico.

Este *policy insight* tiene el objetivo de desgranar los efectos de la pandemia sobre el sector turístico en España. Se presentan aquí datos del impacto en términos de número de turistas, gasto turístico y ocupación hotelera procedentes de fuentes oficiales. Asimismo, se incluyen datos inmediatos, procedentes de airdna, relativos a la ocupación, precios y estancia mínima de los apartamentos turísticos en uno de nuestros centros turísticos urbanos principales: Barcelona. Finalmente, se realizarán unas breves recomendaciones de política pública.

## Turistas, Gasto y Ocupación

El turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, según los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Los destinos de todo el mundo recibieron mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior. En comparación, el declive registrado durante la crisis económica global de 2009 fue del 4%. La crisis ha puesto en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas. Es España, las cifras son incluso peores. Una reducción del 77% de los viajeros extranjeros (64 millones de viajeros), que nos situaron en niveles de 1969. El desplome del gasto turístico respecto al año anterior, fue del 78,6% (gráfico 1). Por último, según los datos de BBVA Research, mientras el consumo en España total diario por tarjetas de crédito de españoles y extranjeros en los últimos meses del año 2020 se situaba sólo un 1% por debajo del de 2019, el consumo en hoteles se ha reducido en un 72%, en transportes un 32% y en restaurantes un 26%.

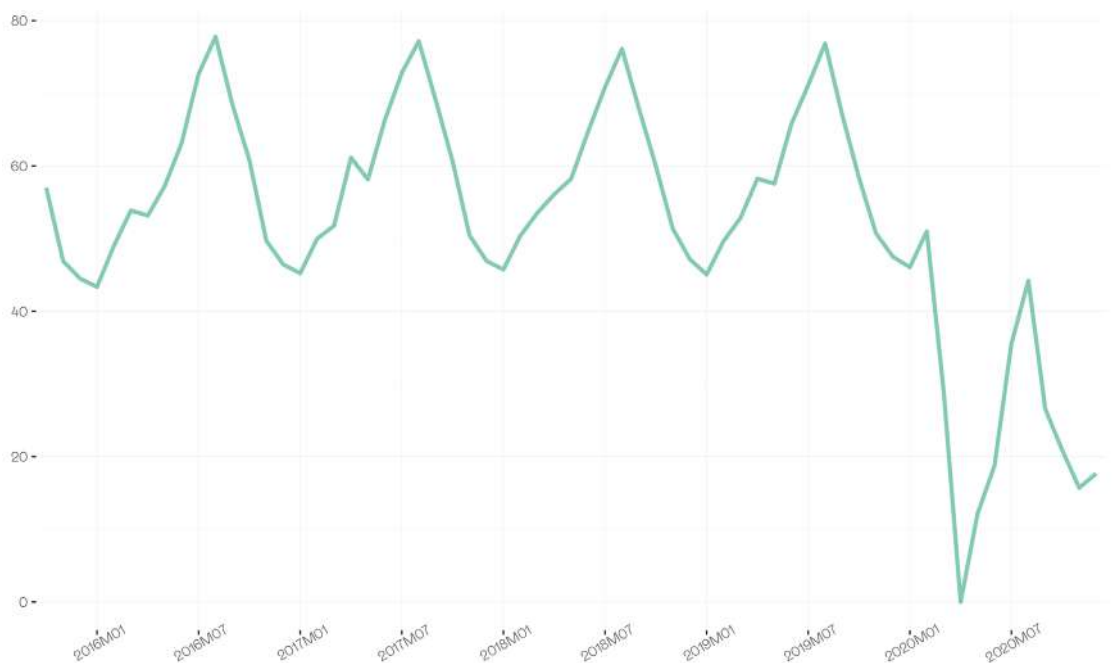
Gráfico 1  
**Número de turistas y gasto total (millones €)**  
 2016-2020  
 (2016=100)



Fuente: José María Raya (2021) | EsadeEcPol

En el gráfico 2 se observa la evolución de la ocupación hotelera. Los máximos de 2020 (entorno al 40%) no llegan a los mínimos de años anteriores.

Gráfico 2  
**Porcentaje de ocupación hotelera en España**



Fuente: INE | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

# Efectos diferenciales por Comunidades Autónomas

Estos efectos no han sido homogéneos entre las distintas autonomías. Las variaciones experimentadas en 2020 tanto en facturación como en turistas entre las CCAA con más presencia en el sector (Tabla 1) han sido, por lo general, superiores a la media española. Las Islas Baleares y Cataluña han sido especialmente azotadas. Este hecho ha sido particularmente determinante para el PIB de las Islas Baleares en 2020, pues el sector turístico pesa más de un 40% en la renta bruta. Una contracción similar han experimentado las Islas Canarias.

Tabla 1

**Peso del Turismo en las principales CCAA turísticas e impacto de la pandemia en 2020**

|                                | Andalucía | Canarias | Comunidad Valenciana | Comunidad Madrid | Baleares | Cataluña | España        |
|--------------------------------|-----------|----------|----------------------|------------------|----------|----------|---------------|
| PIB 2019                       | 12.5%     | 35.0%    | 15.5%                | 6.5%             | 44.8%    | 11.6%    | <b>12.4%</b>  |
| EMPLEO 2019                    | 11.9%     | 40.4%    | 15.9%                | 6.5%             | 32.0%    | 12.3%    | <b>12.9%</b>  |
| Turistas 2020 (% variación)    | -77.5%    | -71.2%   | -73.3%               | -77.7%           | -87.4%   | -80.0%   | <b>-77.3%</b> |
| Facturación 2020 (% variación) | -72%      | -67%     | -72%                 | -77%             | -89%     | -80%     | <b>66%</b>    |

Fuente: Exceltur e INE.

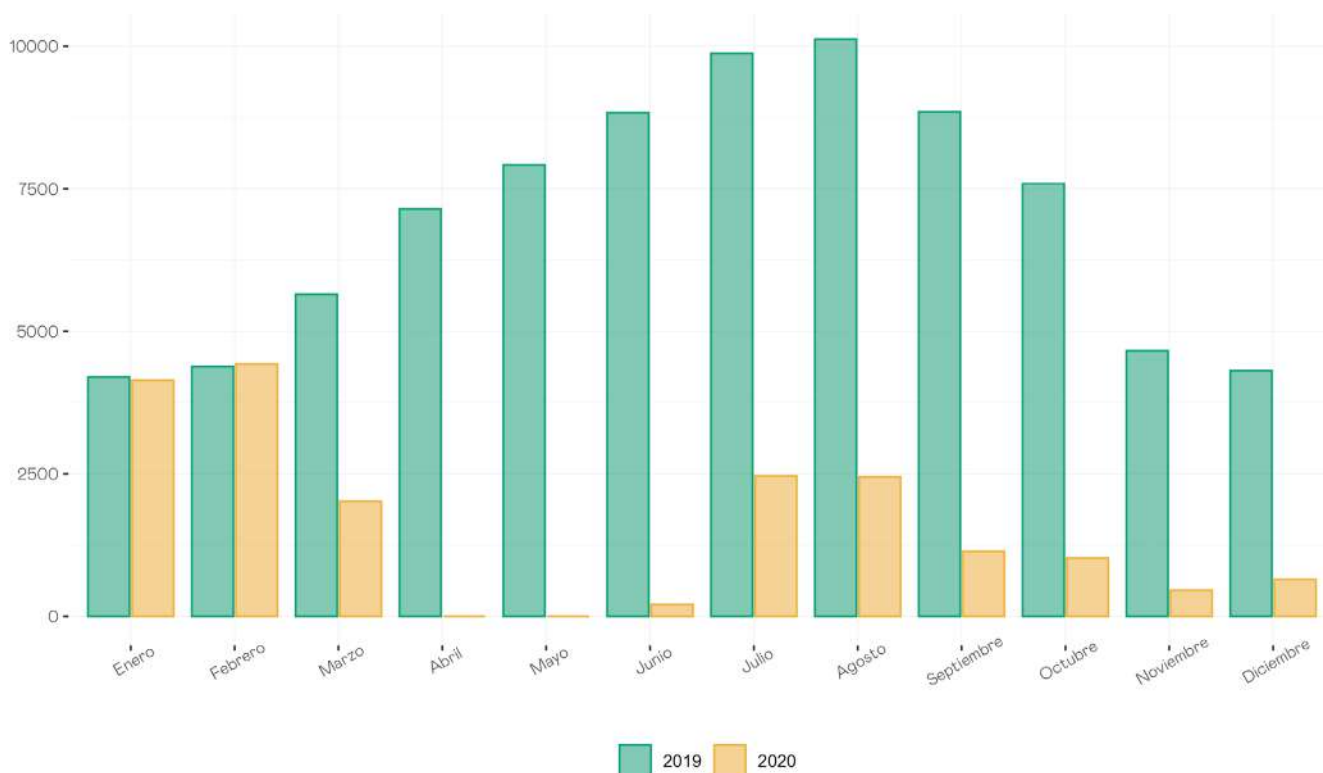
# Actividad turística en 2020

En los gráficos 3 y 4 se observa la evolución mensual en 2020, en relación a 2019, del número de turistas extranjeros y gasto total en España. El comportamiento en enero y febrero fue casi idéntico en 2019 y 2020. De hecho, como venía siendo habitual, cada año se batía el record de visitantes y gasto total del anterior. Pero el efecto de la pandemia fue devastador. En marzo ya se redujo en un tercio el número de turistas y el gasto total. En abril, mayo y junio prácticamente no hubo actividad al cerrarse los aeropuertos. En julio y agosto se mantuvo una actividad cercana al 20% de la que había habido en 2019. A partir de entonces la actividad turística se ha situado en el entorno del 10-15% de la actividad de 2019. En ocupación hotelera (gráfico 5), los datos son algo menos negativos. Fundamentalmente porque en marzo, julio y agosto, la ocupación hotelera fue alrededor de la mitad de la acontecida en 2019. Y, a partir de septiembre, en el entorno del 30%. Ahora bien, en ningún mes se llegó al 50% de ocupación y en abril (sin ocupación), mayo y junio los niveles fueron muy inferiores a los habituales. El mejor comportamiento de la ocupación hotelera se debe al turismo nacional.

Gráfico 3

## Número de turistas en España por meses

En miles de personas (2019 - 2020)

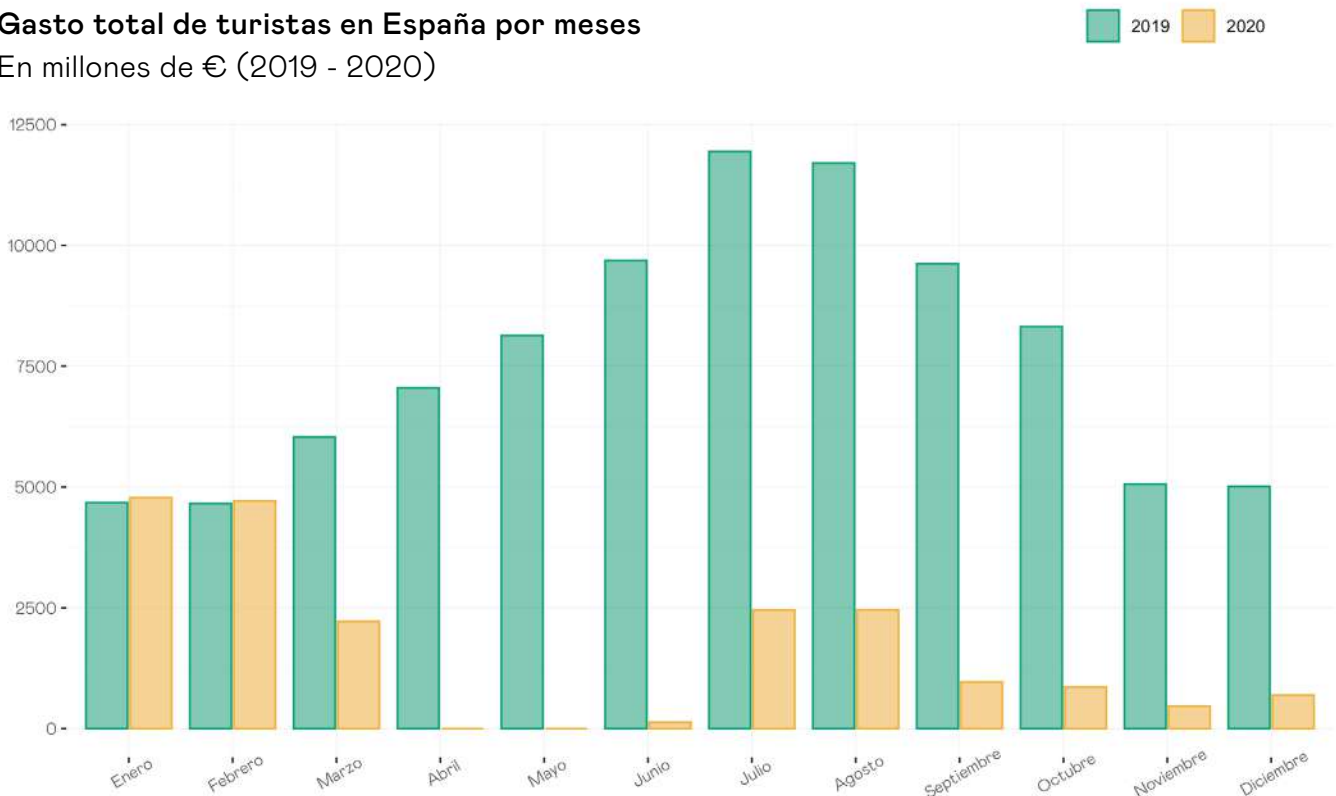


Fuente: Frontur, INE | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

Gráfico 4

**Gasto total de turistas en España por meses**

En millones de € (2019 - 2020)

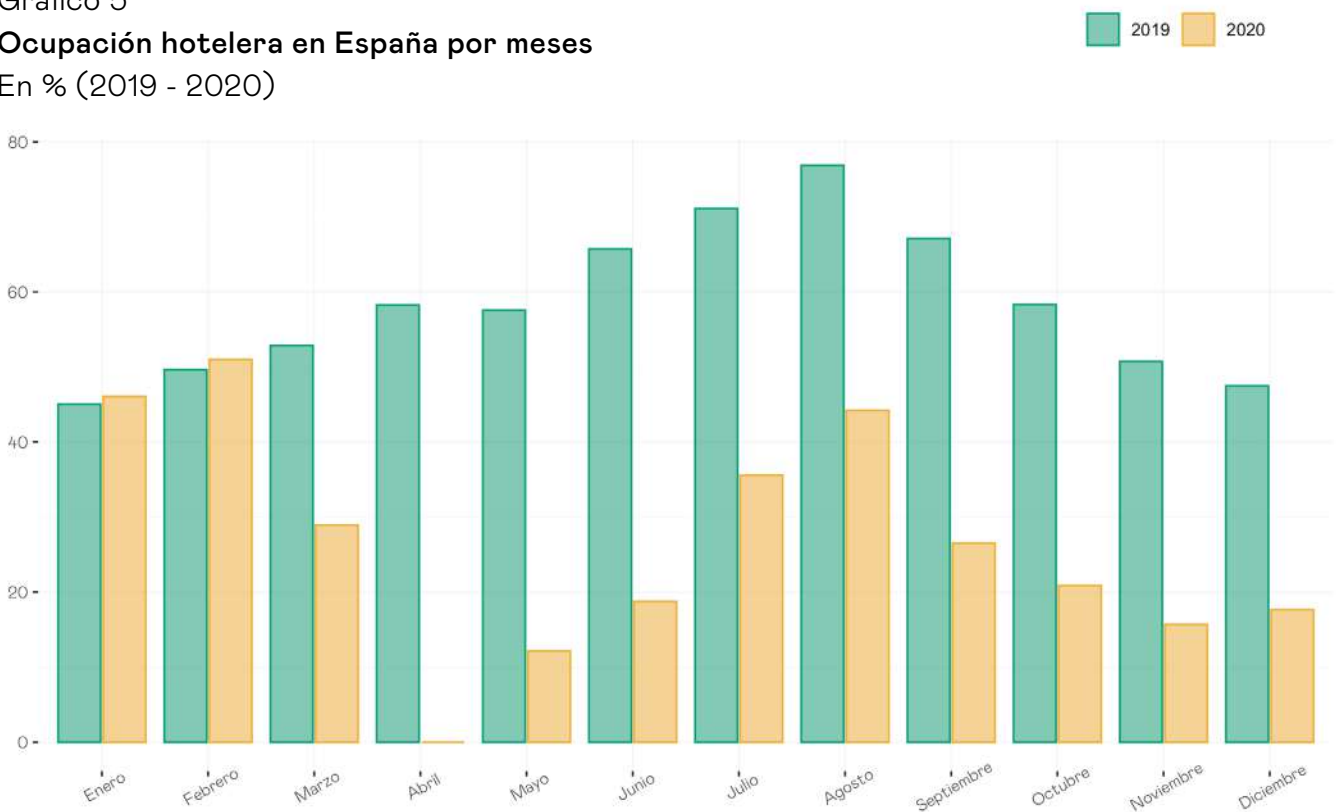


Fuente: EGATUR, INE | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

Gráfico 5

**Ocupación hotelera en España por meses**

En % (2019 - 2020)



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

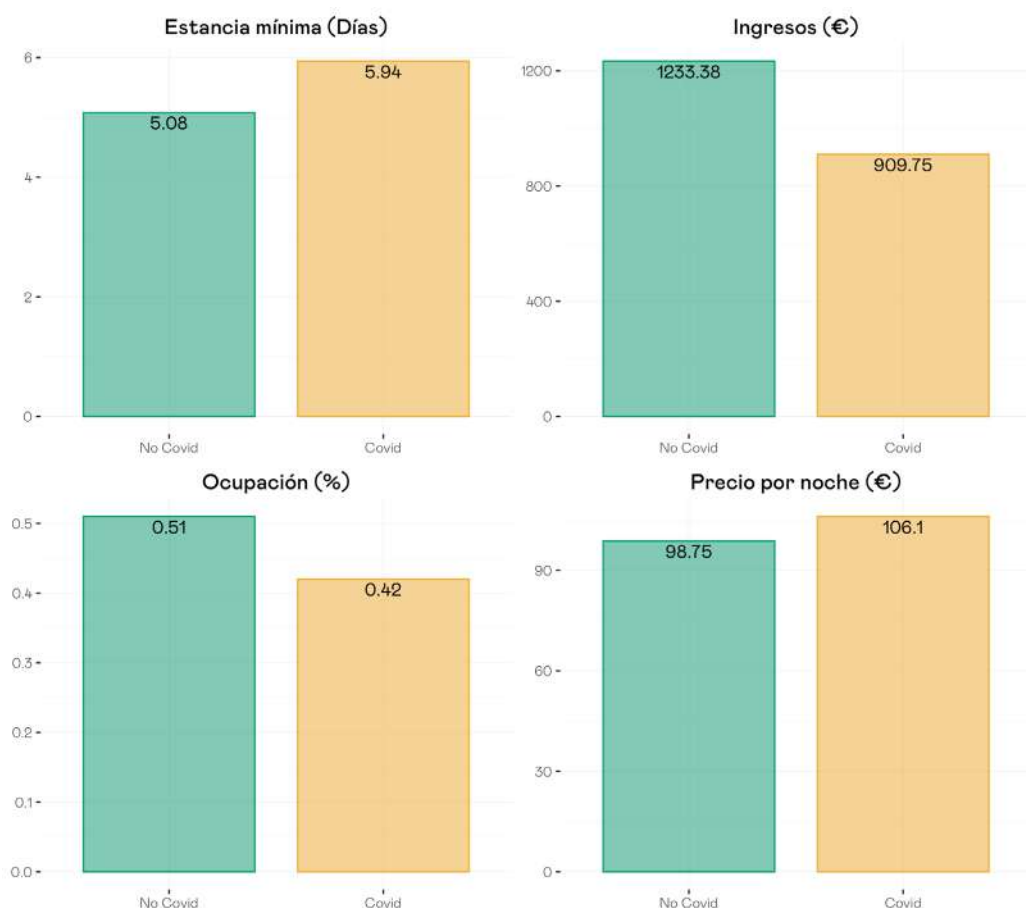
# Datos de plataformas de apartamentos turísticos

Con los datos que proporciona la plataforma AirDNA para la ciudad de Barcelona se puede realizar un análisis más detallado del impacto de la pandemia en términos turísticos en Barcelona, uno de nuestros dos centros urbanos principales. En el gráfico 6 se presenta el impacto de la pandemia en los apartamentos turísticos ofertado en Airbnb y Homeaway en 2020 y 2021. Se presenta información en términos de precio medio, ocupación, ingresos y estancia mínima. En todos los casos se presenta la información antes y después de la declaración del estado de alarma. Observamos un ligero aumento en precios, debido seguramente a un cambio en el perfil del demandante. Mucho más cercano a un perfil de negocios, que es el que puede viajar en el escenario de pandemia. Será interesante conocer, en un futuro, si la demanda de alojamiento de los profesionales se ha desplazado de los hoteles hacia este tipo de lugares.

Los efectos más claros son en términos de ocupación e ingresos. En ambos casos se observan descensos por encima del 20%. La ocupación se reduce del 51% al 41%, y los ingresos por estancia del 1.233 a 910. Cabe tener en cuenta que los meses pre-covid fueron meses de ocupación tradicionalmente baja, pues se trata de meses de temporada baja (enero, febrero y los primeros trece días de marzo). Por último, se observa un interesante efecto en la estancia mínima: aumenta de 5 a 6 días.

Gráfico 6  
Indicadores de apartamentos turísticos en Barcelona por periodos

■ No Covid ■ Covid



Fuente: AirDNA | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

Ahondando en este último efecto con detalle, en el gráfico 7 se observa la evolución de la estancia mínima en los apartamentos turísticos en el periodo 2014-2021. Durante el periodo 2014-2019 hubo un aumento de la estancia mínima de 4 a 8 días. La pandemia ha elevado esta estancia mínima hasta los 12 días en 2020 y 15 en 2021.

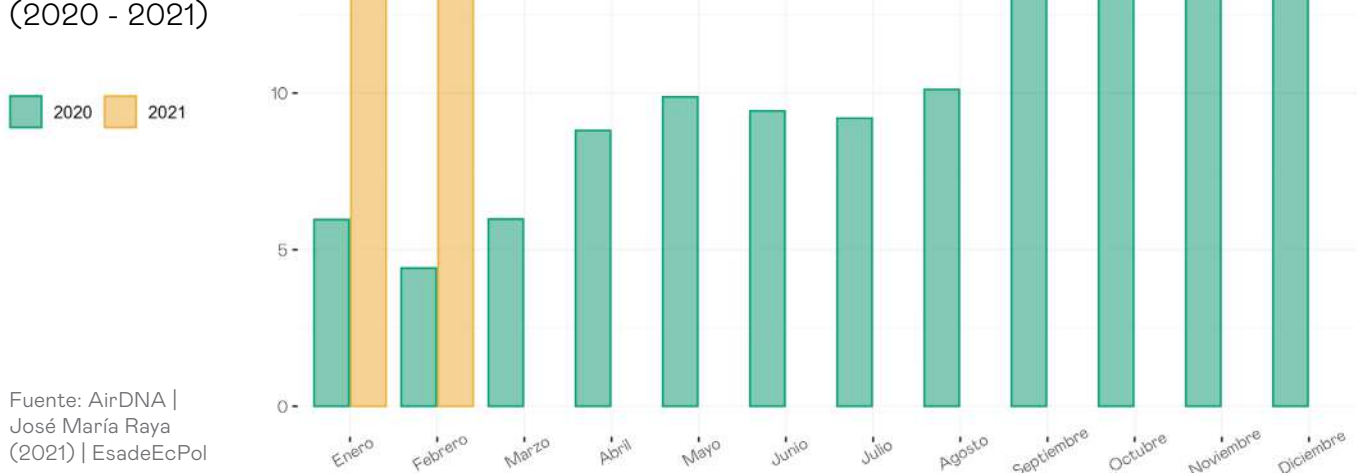
Gráfico 7  
**Estancia mínima media anual de los apartamentos turísticos en Barcelona (2009 - 2021)**



Fuente: AirDNA | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

En el gráfico 8 se observa el detalle de la evolución de este valor mes a mes: mientras de enero a marzo de 2020 la estancia mínima se situaba en el entorno 4-6 días, a partir de abril se elevó hasta los 8-10 días y, a partir de septiembre, dicha estancia mínima se sitúa cerca de los 20 días.

Gráfico 8  
**Estancia mínima media mensual en días (2020 - 2021)**



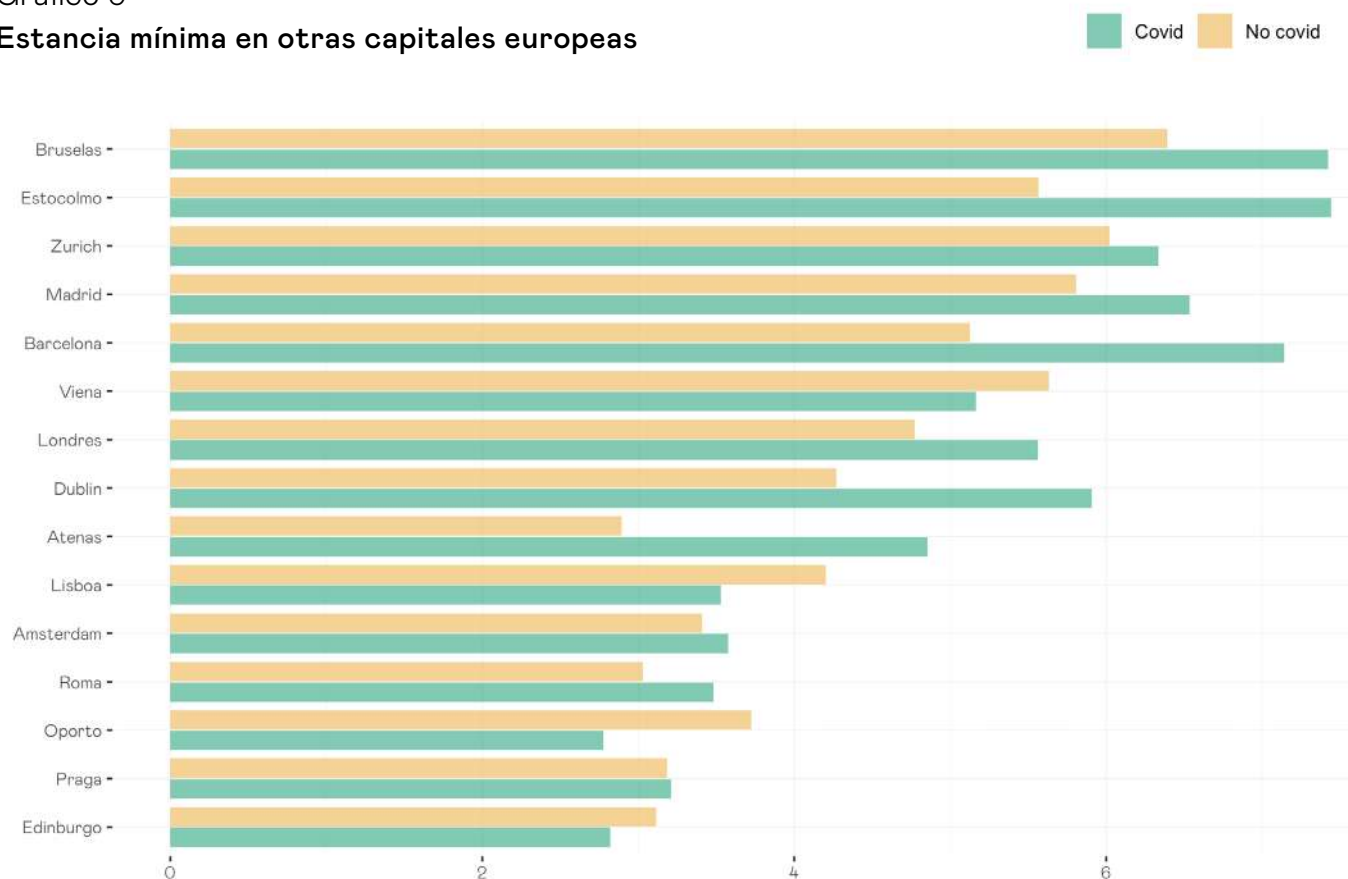
Fuente: AirDNA | José María Raya (2021) | EsadeEcPol



En términos europeos el patrón es similar. Utilizando datos de insidideairbnb para las distintas capitales europeas, en el gráfico 9 se presenta la información de la estancia mínima pre-covid (2019 y primeros dos meses de 2020) y post-covid (a partir de entornces). Se observa que la tendencia a mayores estancias mínimas es generalizada. La media europea ha sido un aumento de un día a lo largo de dicho periodo.

Gráfico 9

**Estancia mínima en otras capitales europeas**



Fuente: Insidideairbnb | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

Todo apunta a que, en cuanto empezó la pandemia, los propietarios de dichos apartamentos empezaron a buscar un inquilino más estable. Este inquilino puede ser un profesional que realiza una estancia relativamente larga de negocios en la ciudad (utilizando el modelo de arrendamiento por temporada que permite el artículo 3.2 de la LAU) o también un inquilino tradicional, derivándose así el apartamento hacia el alquiler tradicional. Es difícil conocer, a día de hoy que proporción ha ido a cada uno de estos sub-mercados, pero que ha aumentado el tiempo mínimo de estancia es indudable. Los que hayan ido al segmento de arrendamiento por temporada podrían volver pronto al mercado turístico, los otros tendrán que esperar a que acabe el contrato. De hecho, desde septiembre más de un 35% de los alquileres mensuales tienen una estancia mínima de un mes. Esto ha podido contribuir a la reducción de precios observada en 2020 en el mercado del alquiler de Barcelona y ya comentada en un anterior *policy insight*.

Una primera aproximación para aislar los dos segmentos del mercado es suponer que las viviendas que han permanecido en las plataformas y han aumentado su estancia mínima se dedican al alquiler por temporada. Sin embargo, aquellas que ya no se ofertan en las plataformas son las que han podido trasladarse durante, al menos la vigencia de un contrato, al mercado tradicional. Los datos de la reciente estadística de viviendas turísticas del INE<sup>1</sup>, nos ofrecen una primera aproximación. La Estadística empieza en agosto de 2020, por lo que no nos permite conocer los efectos de la primera ola pero sí los de la segunda ola (sin poder ajustar de momento por estacionalidad). En febrero de 2021 había un 8,3% menos de oferta viviendas turísticas en España que en agosto de 2020. Cataluña (-13,53%) y el País Vasco (-12,66%) encabezan dicha reducción. Por ciudades, Ibiza, L'Escala o Peñíscola presentan reducciones en el entorno del 30%, mientras que grandes ciudades como Sevilla, Málaga, Granada o Barcelona, presentan reducciones cercanas al 20% (Tabla 2).

Tabla 2

**Evolución de las viviendas turísticas en España**

(agosto de 2020 - febrero de 2021)

|                             | Viviendas turísticas |         |         |
|-----------------------------|----------------------|---------|---------|
|                             | 2021M02              | 2020M08 | %       |
| Total Nacional              | 294 698              | 321 496 | -8.34%  |
| Andalucía                   | 61 574               | 67 392  | -8.63%  |
| Aragón                      | 3 521                | 3 767   | -6.53%  |
| Asturias, Principado de     | 4 373                | 4 891   | -10.59% |
| Balears, Illes              | 27 703               | 29 237  | -5.25%  |
| Canarias                    | 37 855               | 37 791  | 0.17%   |
| Cantabria                   | 4 323                | 4 886   | -11.52% |
| Castilla y León             | 5 403                | 5 794   | -6.75%  |
| Castilla - La Mancha        | 3 191                | 3 327   | -4.09%  |
| Cataluña                    | 54 646               | 63 199  | -13.53% |
| Comunitat Valenciana        | 49 757               | 54 638  | -8.93%  |
| Extremadura                 | 1 268                | 1 366   | -7.17%  |
| Galicia                     | 11 398               | 12 548  | -9.16%  |
| Madrid, Comunidad de        | 17 802               | 19 597  | -9.16%  |
| Murcia, Región de           | 5 722                | 6 146   | -6.90%  |
| Navarra, Comunidad Foral de | 993                  | 1 071   | -7.28%  |
| País Vasco                  | 4 016                | 4 598   | -12.66% |
| Rioja, La                   | 1 061                | 1 139   | -6.85%  |
| Ceuta                       | 49                   | 66      | -25.76% |
| Melilla                     | 43                   | 43      | 0.00%   |

Fuente: INE.

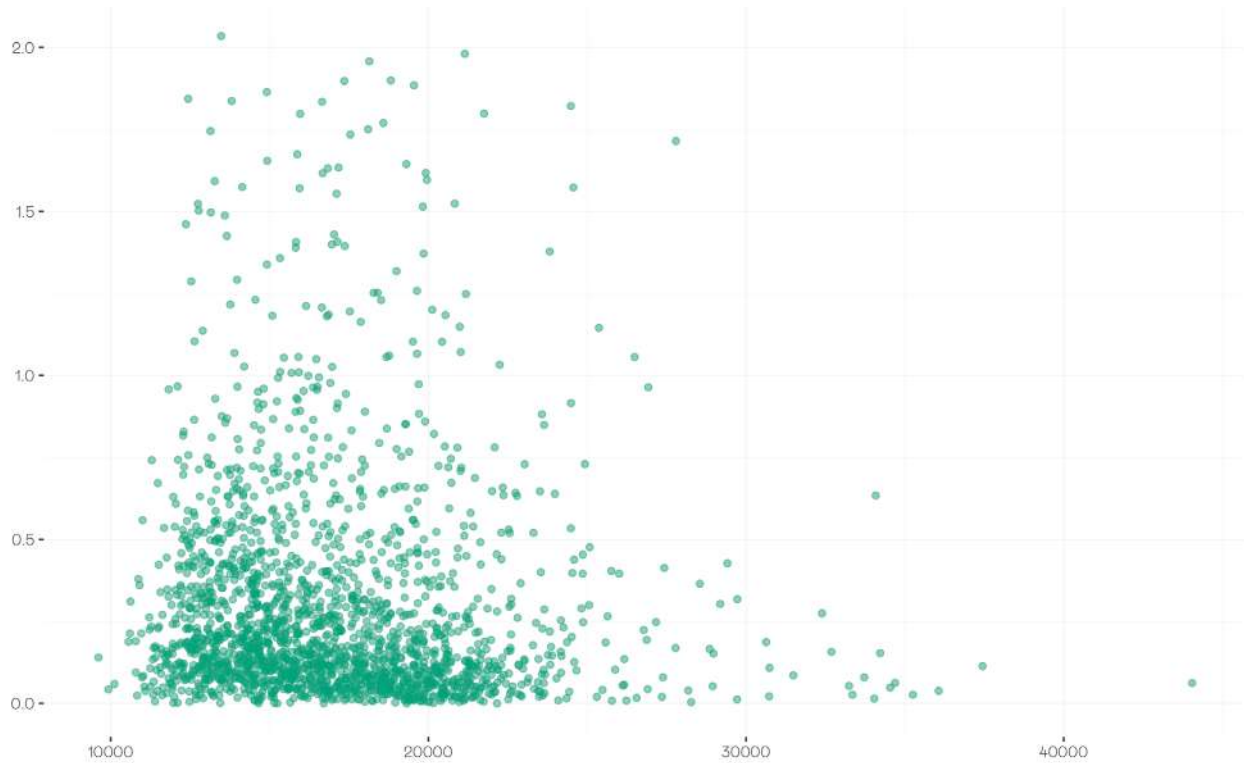
# Conclusiones y recomendaciones de política económica

Pocas actividades económicas se han visto tan afectadas por la crisis del coronavirus como la industria turística, arrastrada por unas restricciones de desplazamientos que se implantaron de forma generalizada y, un año después, todavía continúan. Una primera tentación es ayudar a la demanda para fomentar el turismo. De hecho, durante el verano de 2020, algunas CCAA (y algunos países como Italia), lo hicieron. Por ejemplo, el Gobierno de Andalucía pagó el 25% del coste de hotel de los andaluces que decidieron viajar dentro de su Comunidad Autónoma. En su primera versión se trataba de una subvención con independencia de la renta, como viajan más los de mayor renta, era una subvención para los andaluces de mayor poder adquisitivo, andaluces que no tomarían su decisión por una subvención sino por su miedo al contagio. En ese sentido, se trata de una subvención que reduce el coste de aquellos que ya han decidido viajar. Si se acaban gastando más, es una subvención encubierta al sector hotelero y de restauración. Si no, es una ayuda a personas que no lo necesitan. Si hay que ayudar tiene más sentido hacerlo a la oferta. A corto plazo el sector requiere, además de mantener el plan de la SEPI de apoyo en general para todas las empresas, de un plan de rescate específico para el turismo basado en un ERTE estructural hasta diciembre de 2021 y ayudas directas como única posibilidad de asegurar el salvamento de un buen número de empresas turísticas españolas, en 2021. Aunque las ayudas a la oferta sean necesarias, se debe valorar cuidadosamente. Otorgarlas cuando sea necesario, durante un periodo tiempo limitado y a negocios presumiblemente viables.

En segundo lugar, podemos reflexionar acerca de si es positiva esta exposición al turismo de la economía española. En el gráfico 10 se presenta la dispersión entre la renta y la intensidad turística de los municipios españoles (medida mediante el volumen de viviendas secundarias respecto al total de viviendas o índice de especialización turística). Se observa una débil asociación negativa (del 5,73%) pero estadísticamente significativa (al 1% de nivel de significación)<sup>2</sup>. Evidentemente se trata de una correlación y no de una causalidad. Sin embargo, dos investigaciones recientes ponen en duda que el turismo sea un motor de crecimiento. Faber y Gaubert (2019) muestran que las ganancias económicas del turismo a largo plazo son compensadas por las deseconomías provocadas de la aglomeración. González y Surovtseva (2020) muestran que el turismo parece desviar la actividad económica de otros sectores hacia sí, lo que a la larga genera destrucción neta de empleo a largo plazo. Una mayor intensidad turística genera más empleo en la industria del turismo pero menos empleo total. El aumento del empleo en el turismo se compensa con una caída del empleo (poco cualificado) en otros sectores, especialmente la construcción y la manufactura. Hay que subrayar que en ningún caso se trata de menospreciar la contribución del sector turístico, no debemos renunciar a esta fuente de riqueza, pero sí diversificar nuestra economía, dotando de mayor peso a la industria. Los nuevos fondos Next Generation EU son una estupenda oportunidad para transformar nuestra economía en este sentido.

Gráfico 10

Renta media e índice de especialización turística por municipios en España



Fuente: AirDNA | José María Raya (2021) | EsadeEcPol

Una tercera reflexión es relativa a que el mercado turístico afecta a otros mercados, por ejemplo al mercado de la vivienda. Diversas investigaciones han mostrado como el alquiler turístico de pisos en plataformas de economía colaborativa (Airbnb, Homeaway...) ha elevado el precio del alquiler (García-López, Jofre-Monseny, Martínez-Mazza, & Segú, 2020; Horn & Merante, 2017) en diversas ciudades. En este trabajo hemos visto como durante la pandemia parece que parte de estos pisos turísticos han vuelto al mercado del alquiler tradicional. ¿Será este un comportamiento transitorio o ya estructural? ¿Se buscará una demanda más estable a cambio de una menor rentabilidad? En Cataluña, especialmente, en el mercado del alquiler se han mezclado varios shocks que han motivado la reducción de precios (tendencia decreciente anterior de precios, covid, traslado de oferta turística a oferta tradicional, ley de regulación de alquileres...). Todavía se continúa discutiendo la regulación de alquileres en España (ya analizada en este [insight](#)), ¿hasta qué punto ha afectado este fenómeno de traslado del alquiler turístico a alquiler tradicional al mercado del alquiler y la reducción de precios observada en 2020?

Una última reflexión es relativa al tipo de turismo que queremos. El futuro del turismo pasará necesariamente por superar una serie de retos tecnológicos y de sostenibilidad, pues el turismo tiene un elevado consumo de energía y combustible. Antes de la pandemia ya se hablaba de que el turismo necesita una reconversión para tratar de mejorar la rentabilidad del sector. Para ello, es necesario potenciar la diversidad de nuestra oferta turística, siendo referencia a nivel mundial en gastronomía, shopping, cultura, naturaleza, deportes o turismo urbano, al estilo de lo que han hecho otros competidores como Francia o Italia. El segmento de mercado con más margen de crecimiento, el asiático, es un mercado alejado del interés por el “sol y playa” y que tiene como característica principal un volumen de gasto muy por encima de la media. Además es necesario diversificar geográficamente, es decir, incrementar el interés de los turistas por zonas no convencionales, como el interior y norte de España. Y por último, desestacionalizar el turismo y captar, por ejemplo a turistas chinos en su celebración de año nuevo (febrero).

Pero la pandemia ha puesto en primera línea la posibilidad de replantear la experiencia turística. La tecnología ya estaba transformando el sector turístico mucho antes de la crisis sanitaria de 2020. Las agencias de viajes fueron pioneras en la era digital, la dinamización de los precios según la demanda, el posicionamiento online. El uso de los datos para mejorar la experiencia del turista es otro ejemplo. La industria turística debe trabajar en experiencias que no requieran el transporte físico, experiencias de fin de semana en realidad virtual, en tiempo real, paseando en familia por la Quinta Avenida de Nueva York o por los campos de arroz de Sapa (Vietnam). Ciudades españolas como Barcelona, Madrid o Salamanca han intensificado en sus últimos años sus contenidos digitales hasta el punto de cambiar eslóganes tipo “Visit Barcelona” por “Barcelona Visits you”. Aunque a día de hoy continúa siendo más un contenido promocional que una línea de negocio, en unos años probablemente veremos productos experienciales en realidad virtual vendiéndose a través plataformas de distribución. No será un cambio drástico, y es probable que al principio se trate más de modelos mixtos en los que se revivan viajes realizados presencialmente con consumo digital. En cualquier caso, estas experiencias virtuales son el futuro y el mercado está ahí: si ha triunfado en los videojuegos, ¿por qué no en el turismo?

---

## NOTAS

- 1 Los datos se obtienen realizando web scraping, que mediante programas de software extrae los datos de las tres plataformas más utilizadas de alojamiento turístico en España.
- 2 Se han eliminado aquellas poblaciones sin viviendas secundarias ( $iet=0$ ) y aquellas poblaciones muy pequeñas, con un valor del  $iet$  desproporcionado.

---

## REFERENCIAS

Faber, B., & Gaubert, C. (2019). Tourism and economic development: Evidence from Mexico's coastline. *American Economic Review*, 109(6), 2245-2293.

García-López, M.-À., Jofre-Monseny, J., Martínez-Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119, 103278.

González, L., & Surovtseva, T. (2020). *Do More Tourists Promote Local Employment?*

Horn, K., & Merante, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, 38, 14-24.

Raya, J. M. (2021). Efectos de la pandemia en el mercado del alquiler: es conveniente una norma de regulación de precios? Esade ECPollnsight 27.

