

La gestión de treinta destinos turísticos insulares ante la COVID-19

- Hawaii Tourism Authority (2022). *2021 Annual Report to the Hawai'i State Legislature Regular Session of 2022*. Recuperado 14 de enero de 2022, de https://www.hawaiitourismauthority.org/media/8604/2021-hta-annual-report-to-the-legislature_final.pdf
- Hawaii Tourism Authority (2022). *COVID-19 Updates*. Recuperado 13 de enero de 2022, de <https://www.hawaiitourismauthority.org/COVID-19-updates/>
- Hawaii Tourism Authority (2022). *Trans-Pacific Passenger Arrivals*. Recuperado 12 de enero de 2022, de <https://www.hawaiitourismauthority.org/COVID-19-updates/trans-pacific-passenger-arrivals/>
- Hawaii Tourism Authority (s. f.). *Hotel COVID-19 Health and Safety Plans*. Recuperado 11 de enero de 2022, de <https://www.hawaiitourismauthority.org/COVID-19-updates/hotel-COVID-19-health-and-safety-plans/>
- Hawaii Tourism Authority. (s.f.). *Island of Hawaii*. Recuperado 14 de enero de 2022, de <https://www.hawaiitourismauthority.org/who-we-are/our-strategic-plan/>
- Hawaii Tourism Authority (s.f.). *Our Strategic Plan*. Recuperado 14 de enero de 2022, de <https://www.hawaiitourismauthority.org/who-we-are/our-strategic-plan/>
- Mak, J. (2008). *Tourism and Tourism Policy Planning in Hawai'i*. University of Hawai'i Press.
- State of Hawai'i-Department of Health (2022). *Hawaii COVID-19 Data*. Recuperado 11 de enero de 2022, de <https://health.hawaii.gov/coronavirusdisease2019/current-situation-in-hawaii/>
- State of Hawaii (2022). *Safe Travels Hawai'i*. Recuperado 13 de enero de 2022, de <https://hawaiicovid19.com/travel/>
- State of Hawaii (2022). *Travel Partners*. Recuperado 13 de enero de 2022, de <https://hawaiicovid19.com/travel/>

ISLAS FIYI

RITA CARBALLO FUENTES

INTRODUCCIÓN

Fiyi, oficialmente República de Fiyi, es un país insular de Oceanía, compuesto por 333 islas situadas en el sur del océano Pacífico. Con 896.444 habitantes en 2020, es un país con muy poca población (Banco Mundial, 2020).

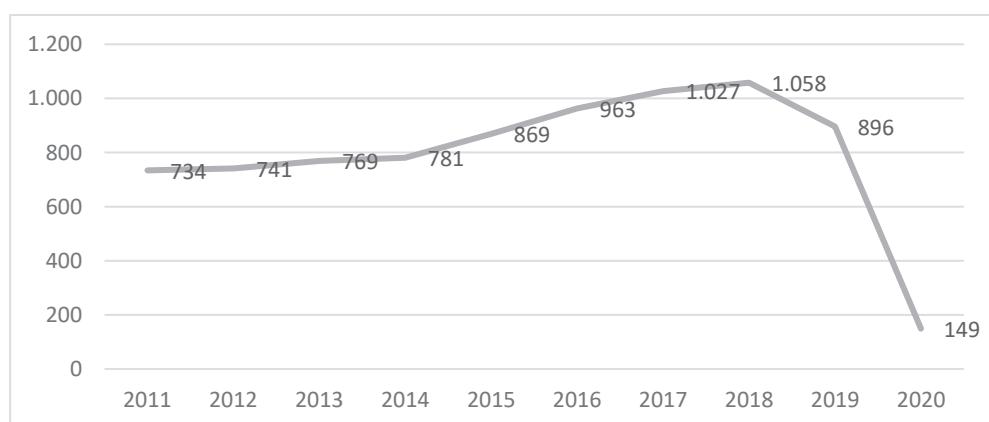
EVOLUCIÓN DEL TURISMO DURANTE LA PANDEMIA

El turismo en Fiyi ha sido hasta la llegada de la pandemia de la COVID-19, la columna vertebral de las economías en Fiyi. La industria aportó alrededor del

Los destinos turísticos internacionales ante la pandemia de la COVID-19

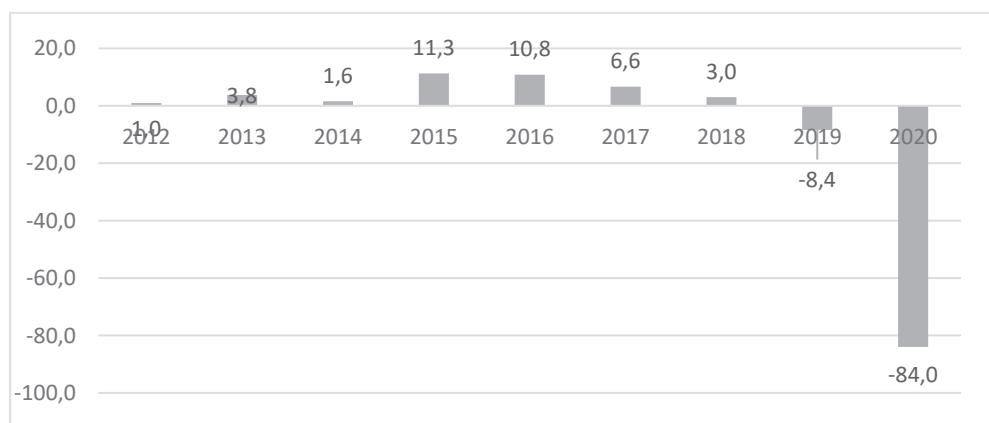
40% del PIB y contaba con 100.000 trabajadores empleados directa o indirectamente en la industria del turismo (alrededor del 45% de la mano de obra) que atendían a unos 900.000 visitantes en 2019 (Connell, 2021; Akhtar, 2021), turistas principalmente provienen de Australia, Nueva Zelanda o Estados Unidos (NgCheong-Lum, 2000). La cifra de visitantes internacionales descendió el 84% en 2020 con respecto al 2019, siendo la llegada de turistas a 149.000.

FIGURA 1
Llegada de turistas internacionales a Fiyi (miles) (2011-2020).



Fuente: OMT y Banco Mundial (2021).

FIGURA 2
Llegada de turistas internacionales a Fiyi (% cambio respecto al año anterior) (2011-2020).



Fuente: OMT y Banco Mundial (2021).

En el trimestre abril-junio 2020, Fiyi ingresó oficialmente 4,2 millones de dólares del turismo, frente a los 528,8 millones del año anterior (Connell,

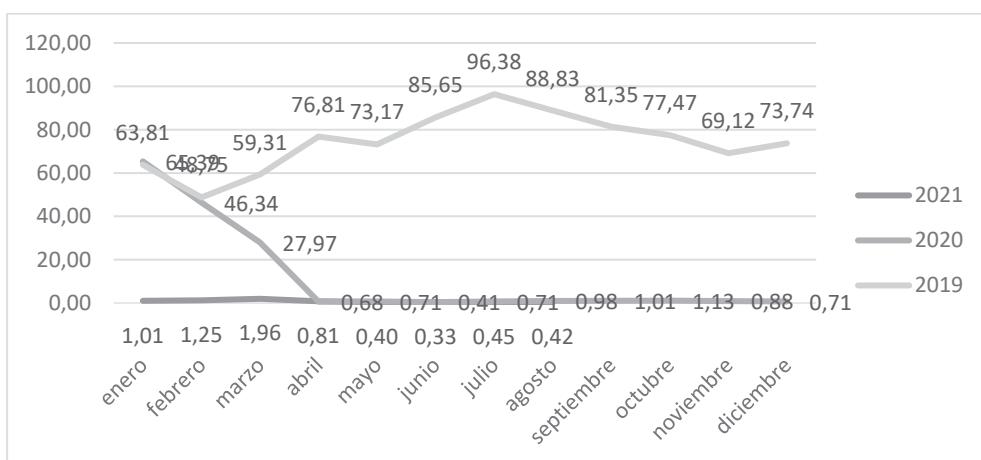
La gestión de treinta destinos turísticos insulares ante la COVID-19

2021). En mayo de 2020, apenas 3 meses después del cierre de la frontera, el 50% de las empresas turísticas de Fiyi habían cerrado o estaban hibernando, el 35% funcionaba, pero con una plantilla reducida de trabajadores (Wainiqolo, 2020).

La evolución de la llegada de turistas internacionales se muestra en la siguiente gráfica. En marzo de 2020 desciende el número de turistas en un 97% con respecto al mes anterior debido a las restricciones de pandemia. Durante el 2020 no supera el millón de visitantes, en junio de ese año solo se reciben 413.000 turistas. Mientras que, durante 2021 en contadas ocasiones se supera el millón de visitantes, esto es en los meses de enero a marzo, a partir de mayo llegan a Fiyi alrededor de 400.000 turistas.

FIGURA 3

Llegada de turistas internacionales a Fiyi (millones mensuales) (2019-2021).



Fuente: OMT (2021).

EVOLUCIÓN DE LA PANDEMIA EN EL DESTINO

Según los datos de la Universidad de Johns Hopkins, en noviembre 2021 el 51,2% de la población mundial ha recibido al menos una dosis de la vacuna COVID-19. Se han administrado 7.340 millones de dosis en todo el mundo, y cada día se administran 28,14 millones. Sólo el 4,2% de la población de los países de bajos ingresos ha recibido al menos una dosis.

Fiyi contabiliza 59.101 casos confirmados de coronavirus por cada millón de personas en noviembre de 2021, muy por encima de la cifra a nivel mundial. Hasta la fecha se han administrado algo más de un millón de vacunas, consiguiéndose un 64% de la población vacunada con la dosis completa.

Los destinos turísticos internacionales ante la pandemia de la COVID-19

TABLA 1
Casos y fallecidos por COVID-19 en Fiyi y en todo el mundo (noviembre 2021).

Ubicación	Total de casos	Casos por 1 mill. de personas	Fallecidos
Todo el mundo	219.456.675	28.223	4.547.782
Fiyi	52.298	59.101	675

Fuente: JHU (2021).

En mayo de 2021, Fiyi comienza a superar los 10 casos por día, hasta entonces solo se reportaban de 2 a 4 casos. A partir de entonces, comienza a subir las cifras exponencialmente alcanzando su pico más alto, 1.091 casos el 21 de julio, para comenzar a descender progresivamente (Fig. 4).

FIGURA 4
Casos por COVID-19 en Fiyi (2021-2021).



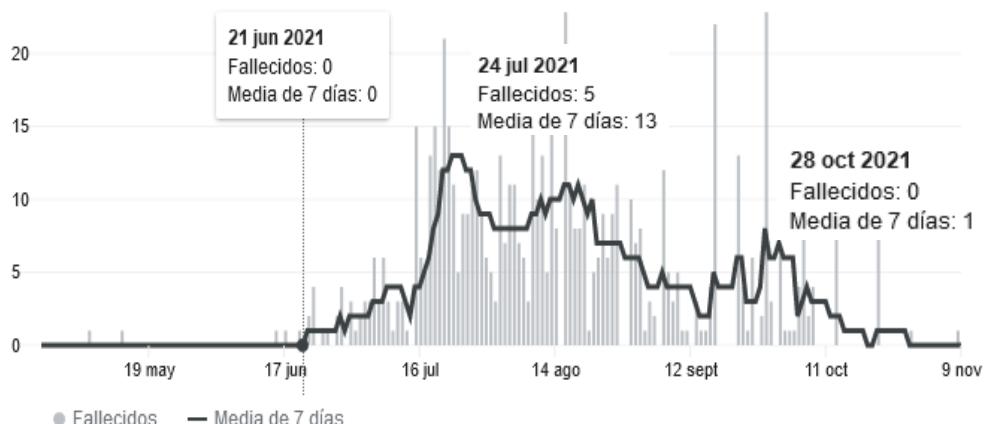
Para cada día se muestran los casos nuevos confirmados desde el día anterior

Fuentes: JHU CSSE COVID-19 Data (2021).

Los casos de fallecimiento en Fiyi alcanzan su pico más alto el 24 de julio con 5 fallecidos en ese día y una media de 13 en la semana.

La gestión de treinta destinos turísticos insulares ante la COVID-19

FIGURA 5
Fallecidos por COVID-19 en Fiyi (media de los últimos 7 días) (2020-2021).



Fuentes: JHU CSSE COVID-19 Data (2021).

POLÍTICAS SANITARIAS CONTRA LA PANDEMIA

El primer caso positivo de COVID-19 en Fiyi se descubrió en marzo de 2020. Fiyi, además de poner en práctica el cierre de fronteras, la localización de contactos, el distanciamiento social y las intervenciones médicas básicas, también recurrió al confinamiento (Singh, Khan, Patel, Chand y Jain, 2021).

El Ministerio de Sanidad y Servicios Médicos tomó medidas políticas por la pandemia. Previó un presupuesto adicional de 40 millones de dólares para la adquisición de suministros, equipos de protección personal, escáneres térmicos, creación de instalaciones de aislamiento, control de infecciones, el rastreo de contactos, respuesta para las emergencias y otras contingencias.

En junio de 2020 se pone en marcha la aplicación Care Fiji, una aplicación de localización de contactos, para ayudar al Ministerio de Sanidad en los rastreos de contactos de positivos y ayudar en la detención la propagación del virus. Care Fiji es una aplicación móvil desarrollada por el Gobierno, dentro del programa “*digitalFIJI*” que funciona juntamente con la aplicación móvil TraceTogether desarrollada por el Gobierno de Singapur. La aplicación de rastreo de contactos utiliza la señal Bluetooth para rastrear los encuentros por proximidad y duración.

Además de la aplicación, el Gobierno trabaja en el “*Compromiso Care Fiji*” para crear una garantía de destino turístico seguro. Care Fiji ofrece información sobre la situación sanitaria en el país y permite la comunicación e información sobre el protocolo de gestión COVID-19 a los turistas

Los destinos turísticos internacionales ante la pandemia de la COVID-19

internacionales. El objetivo es restablecer la confianza de los turistas en sus viajes a Fiyi.

En Fiyi, la administración de la vacuna ha funcionado eficientemente (Fig. 6). A comienzos de noviembre de 2021 el 70,3% de la población en Fiyi ya tenía al menos una dosis de la vacuna puesta y el 63,2% la pauta completa. La figura 6 muestra el número de personas que han recibido al menos una dosis de la vacuna. Las personas que están vacunadas completamente puede que hayan recibido más de una dosis

TABLA 2

Vacunas administradas por COVID-19 en Fiyi y en todo el mundo (noviembre 2021).

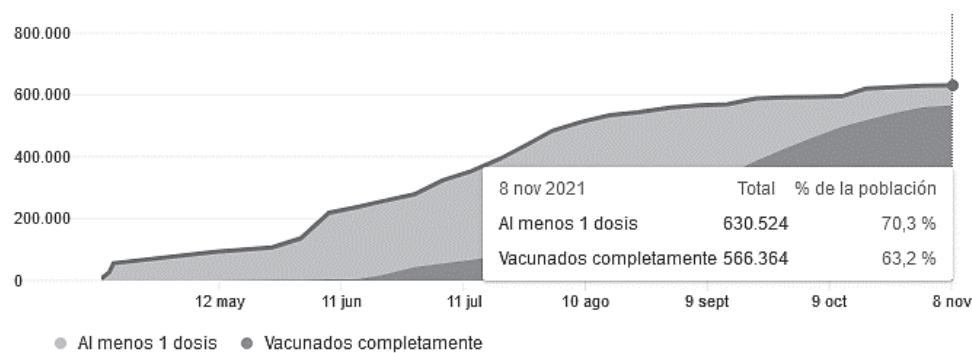
Ubicación	Dosis administradas	Nuevas dosis administradas (1 día*)	Personas que han recibido la vacuna completa	% de población vacunada por completo
Todo el mundo	7.338.413.682	25.573.454	3.148.461.196	40,5%
Fiyi	1.196.888	7.650	566.364	64%

* El número de nuevas dosis administradas notificadas el último día de datos completos, en los últimos 3 días

Fuentes: JHU CSSE COVID-19 Data (2021).

FIGURA 6

Vacunas administradas por COVID-19 en Fiyi (2020-2021).

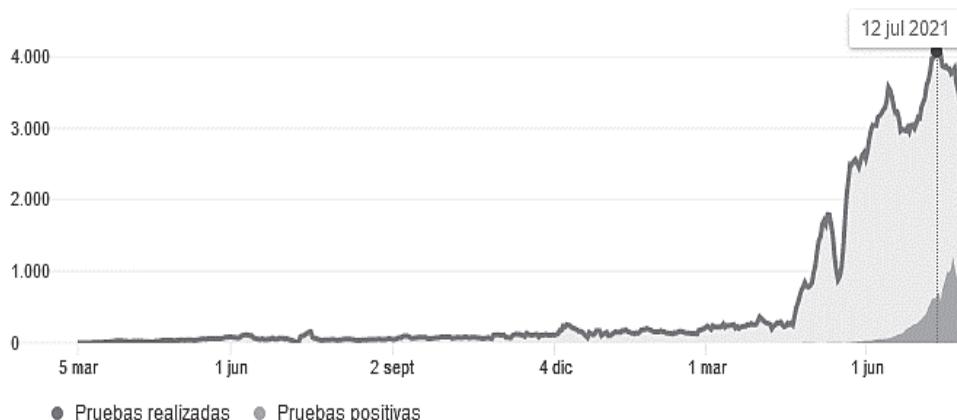


Fuente: OMT y Banco Mundial (2021).

Las pruebas realizadas por coronavirus en Fiyi aumentaron a partir marzo del 2021. Cogiendo de referencia un periodo de 7 días, a 25 de julio de 2021 ha realizado una media de 3.401 pruebas de coronavirus, de las que 803 pruebas han sido positivas, un 23,6% de positivos a finales de julio.

La gestión de treinta destinos turísticos insulares ante la COVID-19

FIGURA 7
Pruebas administradas por COVID-19 en Fiyi (2020-2021).

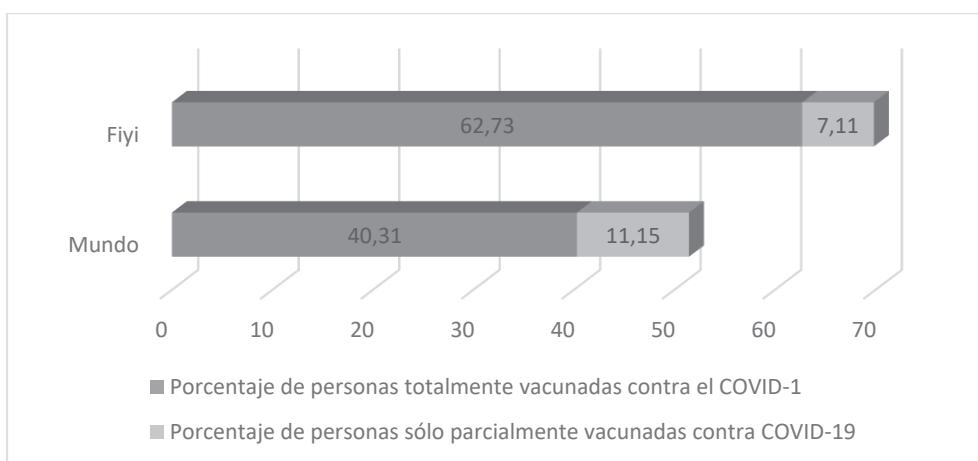


* La estimación del número de pruebas positivas se calcula multiplicando las pruebas realizadas por la tasa de positividad. Es posible que el número de pruebas positivas no coincida con el de casos positivos debido a las diferencias en la recogida de datos y al hecho de que puede haber personas que se hagan más de una prueba.

Fuente: OMT y Banco Mundial (2021).

En noviembre de 2021 el 63% de la población de Fiyi tiene la pauta completa de vacunación contra COVID-19, por encima del porcentaje a nivel mundial.

FIGURA 8
Pruebas administradas por COVID-19 en Fiyi (%) (noviembre 2021).



Fuente: OMT y Banco Mundial (2021).

MEDIDAS DE GESTIÓN DE FRONTERAS

Las fronteras de Fiyi se han abierto parcialmente (OMT, 2021):

Los ciudadanos de Fiyi, residentes y otras personas con permisos pueden regresar a Fiyi bajo estrictos protocolos.

Debido a que Australia y Nueva Zelanda, los dos principales emisores de turismo del Pacífico, estaban en gran medida libres de COVID, se creó una “bubble” de viajes (puente aéreo o corredor aéreo) entre Fiyi y esos dos países, se espera que se extienda al resto del Pacífico, permitiendo así la recuperación del turismo.

La *bubble* permite promocionar las “Vacaciones en el Paraíso” (VIP), facilitando a los turistas australianos y kiwis, que representan cerca del 70% del mercado de visitantes, la circulación segura desde su llegada a Fiyi hasta el momento de salida, limitando el número de pasajeros y el riesgo de una posible transmisión comunitaria.

Fiyi estaba contemplando una *bubble* más personalizada para que los hoteles de élite podrían recibir turismo de mayor poder adquisitivo.

Se crean las “*Blue Lane*” que permitir a los turistas llegar al país a través de embarcaciones de recreo y yates, en los que los visitantes podrían realizar la cuarentena a bordo antes de desembarcar. Todas las embarcaciones en Fiyi inspeccionadas cuidadosamente. El único puerto de entrada es el Port Denarau Marina.

Se crea el puente aéreo “*Pacific Pathways*” con Tuvalu, Kiribati y Tonga, cuya conexión dependen de la compañía aérea nacional de Fiyi.

POLÍTICAS Y MEDIDAS TURÍSTICAS

El gobierno de Fiyi ha tomado diversas medidas para impulsar el sector turístico en la isla (OMT, 2021):

A través del Presupuesto Nacional 2020-2021, el Gobierno de Fiyi ha proporcionado importantes subsidios para ayudar a las empresas turísticas a superar la crisis, y para impulsar el consumo local.

La supresión total del impuesto sobre el volumen de negocios de los servicios, del 6%, y la reducción de la tasa de adaptación ambiental y climática del 10% al 5% (Kumar y Patel, 2021), también ha sido beneficiosa para bares, restaurantes, cines, cafeterías, operadores turísticos y proveedores de entretenimiento, lo que ha hecho que el consumo de estos servicios y productos sea asequible para los ciudadanos.

El Gobierno de Fiyi, ayudó financieramente a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) (Singh *et al.*, 2021) y desarrolló campañas en los medios

La gestión de treinta destinos turísticos insulares ante la COVID-19

sociales en apoyo frente a la pandemia de la COVID-19, contratando la presencia de “*influencers*” para promover las PYMES de Fiyi.

Para complementar el Marco, que establece los parámetros de entrada en Fiyi, así como para operar en un entorno COVID, Fiyi elaboró unas Directrices de Seguridad COVID para una serie de sectores, incluido el sector del turismo, para guiar a las empresas turísticas hacia la nueva realidad y para restablecer la confianza en la marca de Fiyi.

Para amortiguar y complementar la recuperación económica de Fiyi mediante la apertura de negocios, se permiten las “solicitudes especiales con un valor económico significativo”, esto incluye la producción de películas, las inversiones extranjeras y el turismo boutique de alto nivel en el que se reservan islas exclusivas.

Para estimular la demanda, el gobierno de Fiyi suavizó las restricciones de la “Caja Nacional de Previsión de Fiyi (FNPF)” en 2020, proporcionando pagos en efectivo a los trabajadores despedidos por la COVID-19, y mantuvo un tipo de interés a un día bajo del 0,25% (Kumar y Patel, 2021).

ESTRATEGIAS TURÍSTICAS ADOPTADAS

El Gobierno de Fiyi colabora con Turismo Fiyi para la reorganización del sector que se hará a través de 4 etapas. En cada una de ellas se establecen estrategias para recuperar el mercado con diferentes mensajes para el consumidor, objetivos y enfoque de las promociones y el compromiso comercial. Los diferentes mercados internacionales pueden pasar por las cuatro etapas en momentos diferentes. Se trata de una estrategia a largo plazo y no de un enfoque de “fijar y olvidar”.

Turismo de Fiyi promoción la primera etapa con el mensaje “*Stay safe and we will see you again*”, pensado para mantener a Fiyi en la mente y el corazón de los consumidores.

Cuando se hizo seguro reanudar los viajes nacionales, en mayo de 2021, Fiyi comenzó la segunda etapa, con la campaña “*Love our Local*” (LOL). La respuesta inmediata de la industria hotelera en esta fase consistió en intentar estimular el turismo interno, que hasta entonces había sido mínimo. La campaña “*Love our Locals Fiji*” (LOL) tuvo mucho éxito en Fiyi. Los hoteles y centros turísticos ofrecen paquetes especiales con tarifas reducidas, celebran cenas especiales, acogida de conferencias y proporcionan almuerzos más baratos.

El mensaje clave para los turistas internacionales en esta fase era “Nuestro espíritu bula te espera”. Fiyi es conocida por su hospitalidad con la “bienvenida Bula” y la amabilidad de los lugareños como una de las principales razones para que los turistas vuelvan a Fiyi (Hughes y Scheyvens, 2021). Con el apoyo de los distintos agentes del sector turístico, la campaña “*Love our*

Locals” se desarrolla principalmente en las redes sociales e incluyó la creación de un grupo de Facebook en el que los operadores del sector publican ofertas exclusivas para los residentes de Fiyi. Esta campaña refuerza la comercialización a nivel local con publicidad continua en televisión, radio y prensa. En la segunda fase también se promociona el video “*Vinaka Fiji*”, una estrategia de 7 pasos para “Amar a nuestros lugareños”, que incluyen mensajes sobre la responsabilidad de los turistas nacionales. El Gobierno promociona la celebración de eventos para el mercado local, con el fin de garantizar estancias más largas y beneficios para las empresas que dependen del turismo. Desde su lanzamiento en junio de 2020, como parte de la estrategia de reincorporación al mercado de Fiyi, la campaña LOL ha tenido un increíble éxito, tanto para las empresas participantes como para la población local. Cerca de 100 operadores turísticos de Fiyi se han unido a la campaña, todo tipo de empresas relacionadas con el turismo, como proveedores de viajes, entretenimiento y actividades, que se ven beneficiadas de la iniciativa.

A finales de 2021, se revisaron y reorientaron los mensajes y las estrategias de la tercera fase, que se inicia con la apertura de las fronteras dentro del Pacífico. Finalmente, en la fase 4 se previó que los viajes no estuviesen restringidos y que las fronteras se abrieran a todo el mundo.

MEDIDAS DE ANTICIPACIÓN DE RIESGOS SANITARIOS Y TURÍSTICOS

Para las economías pequeñas, la crisis supone un enorme reto para su población y sus recursos. Especialmente cuando tienen una capacidad de respuesta limitada. La situación de Fiyi demuestra que, sin apoyo internacional, la gestión de una crisis de este tipo puede ser muy costosa. Los gobiernos nacionales están gestionando seguros y fondos de reserva para mitigar dicha crisis. De lo contrario, su situación económica incluido el endeudamiento, podría afectada negativamente a largo plazo (Singh *et al.*, 2021).

MEDIDAS DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL DESTINO

Las autoridades de Fiyi trabajan en medidas para reforzar la industria turística de la isla. El Fondo Nacional de Previsión de Fiyi (FNPF) amplió su inversión en el negocio local de la hostelería y el turismo para fortalecer la industria y hacer frente a la pandemia (Kumar y Patel, 2021). El gobierno de Fiyi aprobó nuevas políticas fiscales para reducir los impuestos relacionados con el turismo y proporcionar más incentivos financieros para revitalizar el paralizado sector turístico de Fiyi en el presupuesto nacional 2020/21 (Akhtar, 2021).

CONCLUSIONES

La principal fuente de ingresos de Fiyi es el turismo, que representa alrededor del 38% del PIB en 2019 (Akhtar, 2021). Aunque el número de casos positivos en Fiyi fue bajo, el impacto económico de COVID-19 ha sido significativo (Singh, Lal, Khan, Patel, Chand y Jain, 2021). Algunos estudios han examinado el nivel de depresión de la economía de Fiyi y según sus datos, el destino cuenta con el grado de recuperación turística más alto de Oceanía (Vega, Castro Sánchez y Sánchez Martínez, 2021). Fiyi puede apoyarse en el turismo para su recuperación (Kumar y Patel, 2021). Aunque se hable de un posible auge del turismo en Fiyi y en la región, señalando que esta región es relativamente segura, la recuperación turística depende en gran medida del cierre de sus mercados principales Australia y Nueva Zelanda (Singh *et al.*, 2021).

Las autoridades de Fiyi han tratado de promover varias alternativas para que los turistas vuelvan poco a poco. Iniciativas como el “Blue Lane” de Fiyi pretenden promover el país como un refugio seguro. La propuesta “bubble” establecer protocolos sanitarios para permitir que los turistas australianos y neozelandeses visiten las costas de Fiyi. Pero hasta ahora, estas iniciativas han sido en gran medida infructuosas, es poco probable que cualquier burbuja de viajes con los estados de la cuenca del Pacífico se produzca antes de 2022 (Akhtar, 2021). Según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) tras su colapso a mediados de 2020, se temió que el sector turístico del Pacífico no volvería a los niveles anteriores a la crisis hasta 2023 (Wainiqolo, 2020). Los casos diarios confirmados por millón de habitantes en Fiyi se encuentran por debajo de destinos como Reino Unido, EE.UU., España, Alemania, Japón y Francia desde marzo del 2020, disparándose por encima de estos países en junio del 2021 (OMT, 2021).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akhtar, R. (2021). Coronavirus (COVID-19) Outbreaks, Environment and Human Behaviour. *International Case Studies. Springer Nature*.
- Banco Mundial (2020). Disponible en: <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>
- Banco Mundial (2021). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL?end=2019&locations=HT&start=1995>
- Connell, J. (2021). COVID-19 and tourism in Pacific SIDS: lessons from Fiji, Vanuatu and Samoa? *The Round Table*, 110(1), 149-158.
- Hughes, E. y Scheyvens, R. (2021). Tourism partnerships: Harnessing tourist compassion to ‘do good’ through community development in Fiji. *World Development*, 145, 105529.

Los destinos turísticos internacionales ante la pandemia de la COVID-19

- JHU (Johns Hopkins University) (2021). Disponible en: <https://coronavirus.jhu.edu/region/fiji>
- Kumar, N. N. y Patel, A. (2021). Modelling the impact of COVID-19 in small pacific island countries. *Current Issues in Tourism*, 1-11.
- NgCheong-Lum, R. (2000). *Fiji (Vol. 20)*. Marshall Cavendish.
- OMT (2021). Disponible en: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
- Singh, R., Lal, S., Khan, M., Patel, A., Chand, R. y Jain, D. K. (2021). The COVID-19 experience in the Fiji Islands: some lessons for crisis management for small island developing states of the Pacific region and beyond. *New Zealand Economic Papers*, 1-6.
- Vega Falcón, V., Castro Sánchez, F. y Sánchez Martínez, B. (2021). Differences in the global COVID-19 Tourism index among the five continents. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(3).
- Wainiqolo, I. (2020, July 7-8). COVID-19 and the Fiji economy: An opportunity to reorient public spending. *Pacific Economic Monitor*, 1.

ISLAS GALÁPAGOS

MATÍAS GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

INTRODUCCIÓN

Las Galápagos pertenecen a Ecuador y conforman un territorio de origen volcánico con 234 islas, islotes y rocas; constituyen un referente mundial del turismo de observación de la biodiversidad terrestre y marina, un verdadero *hot-spot* del turismo de observación de la vida salvaje. En 1978 fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por su riqueza natural única (2.900 especies, 25% endémicas). Concentra una notable cantidad de especies bandera, tanto terrestres, como anfibias y marinas (tortugas gigantes terrestres y marinas, iguanas, tiburones, pingüinos, distintas especies de ballenas, cachalotes, orcas, delfines, además de aves como el piquero patas azules). Además, su imagen y atractivo se ve acrecentada por el papel que desempeñó la observación de las especies de la isla en la formulación de la teoría de la evolución de las especies debida a Darwin.

Su distancia al continente (1000 km a Ecuador) y las limitaciones al desarrollo de infraestructuras alojativas en tierra (el 97% del territorio es parque nacional), ha favorecido que la mayor parte del flujo turístico esté constituido por cruceros, que suelen hacer escala, prioritariamente en la isla de Santa Cruz, donde se encuentra la sede de la fundación Charles Darwin, que gestiona el centro de protección de la tortuga gigante de Galápagos, que desde