



# Plan de reactivación Turismo Rías Baixas

Turismo Rías Baixas. Deputación Pontevedra

Maio 2020

# Obxectivos e metodoloxía

## Principais Obxectivos do Plan



### Analizar a situación actual

do ecosistema do Turismo Rías Baixas en relación aos impactos da crisis do COVID19



### Deseño de acción e medidas

de maneira coordinada e participativa co sector, para a reactivación do mesmo



### Involucrar ás empresas e entidades

que forman parte do ecosistema turístico da provincia



### Definir as iniciativas necesarias para

promover a reactivación turística da provincia de Pontevedra

## Metodoloxía participativa

1. Análise de diferentes **informes publicados polas principais entidades e consultoras de referencia no sector** do turismo: Organización Mundial do Turismo, Exceltur, Agrupación industrial Turismo de Galicia, etc.
2. Análise e detección das **principais tendencias e actuacións** que se están desenvolvendo tanto a nivel nacional como internacional.
3. Realización dun **proceso participativo cos concellos da provincia**.
4. Organización de **reunións con diferentes Administracións**:
  - a. Videoconferencia co Secretario Autonómico de Turismo de Valencia, Francesc Colomer.
  - b. Videoconferencia cos alcaldes e alcaldezas dos municipios da provincia de ata 50.000 habitantes incluíndo a todos a declarados vila turística.
5. **Participación do sector privado**, mediante a realización dunha enquisa ao **sector turístico empresarial da provincia e aos festivais**, tanto directamente a través dos servizos de Turismo Rías Baixas e SmartPeme, como a través de axentes clave do sector tan relevantes como o Clúster de Turismo de Galicia ou Aviturga, para coñecer a súa situación e necesidades.

# Situación actual

Os ingresos de case a totalidade de empresas turísticas son nulos desde que se estableceu o Estado de Alarma o pasado 16 de marzo pola orde de peche de actividades económicas e as medidas de confinamento derivadas.

O plan para a transición cara á nova normalidade contempla unha desescalada do confinamento e unha reactivación económica cun ritmo diferente en cada provincia en función de diversos indicadores relacionados coa situación sanitaria e epidemiolóxica, comezando o 4 de maio e estendéndose ata finais de xuño.

A pesar diso, existen diversos factores derivados da situación actual que inflúen na cadea de valor do sector turístico e afectarán á recuperación:

## Impactos na oferta turística



- **Peche e apertura progresiva.** Paralización da actividade non recuperable.
- **Necesidade de liquidez** das empresas.
- Procesos de **regulación de emprego**.
- **Limitacións da capacidade** de ocupación dos establecementos a medio prazo.

## Impactos na demanda turística



- **Limitaciones de mobilidade.** Apertura de fronteiras e a mobilidade internacional serán na última fase da desescalada.
- **Crise de confianza.** Sen vacina, a poboación extremará as medidas de seguridade e desprazamentos.
- Aparición de **novos hábitos de consumo**.
- **Pérdida de renda das familias.** Debido ao impacto económico derivado das crises, o gasto dedicado a viaxes diminuirá.

# Tendencias sectoriais tras a Covid-19

A crise sanitaria terá un impacto profundo na forma na que se viaxa, a relación das persoas e a experiencia do cliente, que obrigarán a un xiro na proposta de valor do sector e nas perspectivas concretas do tecido empresarial turístico.

## Saúde, hixiene e seguridade

**As medidas sanitarias e de seguridade converteranse en factores determinantes para a selección de destinos** por parte dos turistas, decantándose por aqueles con **protocolos sanitarios claros**, que garantan confianza e fiabilidade.

As empresas do sector terán que establecer **medidas que aseguren o cumprimento de requisitos esixentes de hixiene e limpeza** para a prevención e control de infeccións de clientes e traballadores.



## Obxectivos Desenvolvemento Sostible

A Organización Mundial do Turismo chama á aceleración dos ODS expostos na Axenda 2030.

**Crecerá a demanda de destinos más sostenibles e menos masificados.** O novo escenario puxo de manifesto a importancia dunha **xestión responsable dos recursos**, minimizando o impacto xerado e apostando polos recursos ambientais, locais e o patrimonio sociocultural.

Ademais, a OMT quere impulsar **un turismo ético e responsable, inclusivo, facilitador do intercambio cultural**.



## Innovación e dixitalización

**Demandaranse novos métodos dixitais** que minimicen o contacto das persoas: realizar o check in e reservas online, sensores para a apertura de portas, billas...

A tecnoloxía impulsará ofertas más adaptadas e individualizadas, que acheguen valor engadido ao cliente.

**Para evitar a perda de competitividade,** as empresas do sector terán que **apostar pola dixitalización dos procesos para aumentar a eficiencia e favorecer o aforro de custos**.



## Turismo de experiencia

Aumentará a **demandade actividades de aventura na natureza e en espazos ao aire libre**, que eviten aglomeracións.

A demanda turística valorará **experiencias locais e sostenibles**, derivado do cambio de mentalidade pola toma de conciencia do estilo de vida actual.

En sectores vinculados ao turismo rural e de natureza estímase unha recuperación más rápida, ao prestar servizos acorde aos novos requisitos de seguridade, natureza e solidade.



Fonte: Organización Mundial do Turismo, Comisión Europea, Secretaría de Estado de Turismo, Exceltur

# Tendencias sectoriais tras a Covid-19

## Comportamento dos turistas

A perda de renda das familias, pola contracción do emprego e actividade, limitará o gasto en viaxes, presentando maior sensibilidade ao prezo da oferta turística. Por contra, o turismo de luxo é un nicho que impulsará novas oportunidades e axudará á desestacionalización do turismo.

Aumentará a venda online e demandaranse produtos turísticos más flexibles para cambios e anulacións.

A clientela será máis esixentes, primando aqueles provedores que aseguren estándares de hixiene e sustentabilidade.



## Transporte

As restricións de mobilidade darán paso a unha tempada estival onde unha gran porcentaxe de turistas aposten polo turismo doméstico, primando as viaxes en transporte privado.

Coa capacidade aérea reducida, xorde a necesidade de que os países impulsen corredores aéreos seguros, con protocolos comúns para promover a confianza das viaxes.

As aerolíneas ou os cruceiros terán que implantar novos procedementos e reformular as súas estratexias para xerar confianza entre as persoas usuarias.



## Colaboración público - privada

Un dos principais retos aos que se enfrenta o sector a curto prazo é manter a viabilidade das empresas, das cales máis do 80% a nivel global son pemes e autónomos.

É necesario establecer para a recuperación do sector un novo modelo de xestión e gobernanza turística coordinado, con estreita colaboración entre o sector privado e as Administracións, tanto a nivel europeo, nacional como por CC. AA. A colaboración será determinante para xerar un clima de confianza e desenvolver unha percepción de destino seguro.

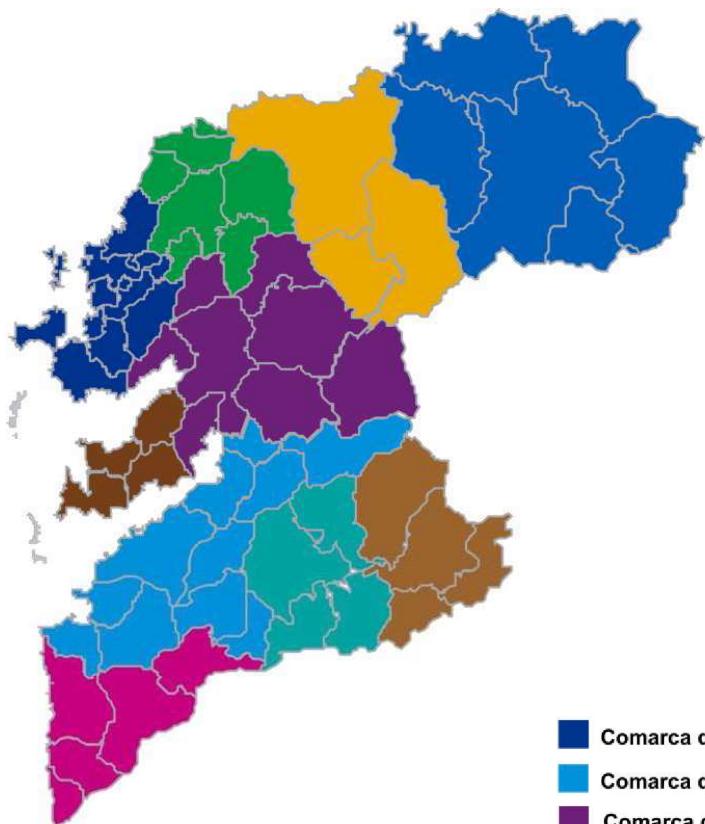


Fonte: Organización Mundial do Turismo, Comisión Europea, DNA

# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Información da empresa



Como resultado da enquisa ao sector obtivemos máis de 200 respostas, con representación do tecido turístico de todas as comarcas que conforman a provincia.

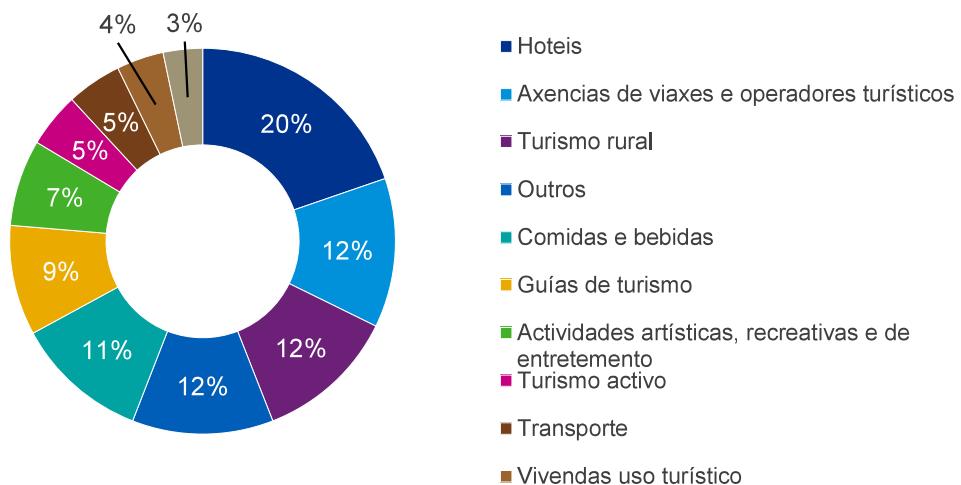
Pódese apreciar como a maioría das persoas enquadradas pertencen á Comarca do Salnés, onde se sitúa un importante número de empresas turísticas da provincia, mais de 1700. Síguense a comarca de Vigo e a de Pontevedra con 21,1% e 13,8% respectivamente.

# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Información da empresa

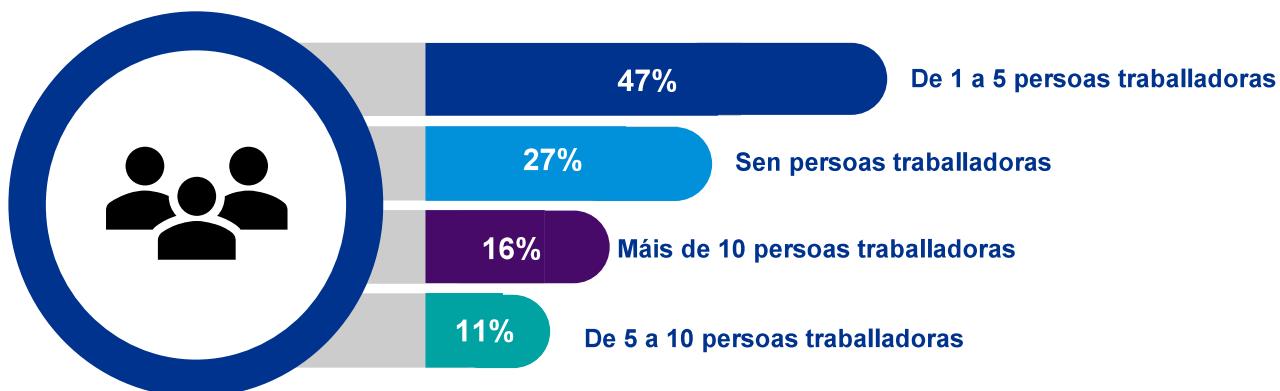
#### Sectores aos que pertencen as persoas enquadradas



\*No apartado "Outros" se inclúen Cámpings, Vivendas turísticas, Apartamentos, Actividades deportivas e Aluguer de vehículos de motor e Pensións.

Respecto a os principais subsectores que responderon á enquisa, a maioría son hoteis, un 20% dos mesmos. Seguenlle cunha porcentaxe dun 12% as Axencias de viaxes e operadores turísticos, así como o turismo rural. Destaca tamén un 11% da actividade "Servizo de Comidas e bebidas".

Outra das preguntas para coñecer información da empresa era sobre o número de persoas traballadoras. Cabe destacar que un 47% dos enquisados contan con entre 1 e 5 persoas traballadoras, e que un 27% non ten ningunha no seu negocio

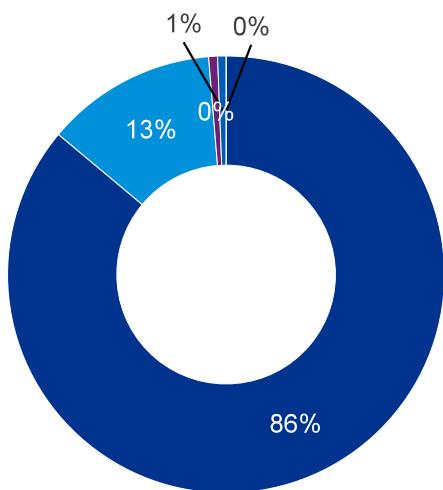


# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Nivel de actividad

#### Nivel de actividad durante o actual Estado de Alarma en comparación coa situación previa

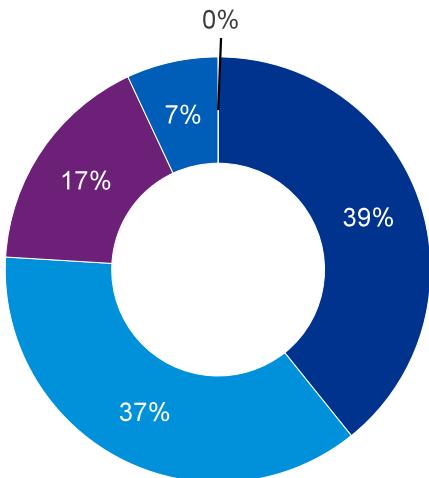


- Tivemos que deter completamente a nosa actividade
- Mantemos menos dun 25% da actividade
- Mantemos entre un 50% e 80% da actividade
- Mantemos entre un 25% e un 50% da actividade
- Mantemos máis dun 80% da actividade

Tras coñecer algunha información sobre a empresa, preguntábaselle ás persoas enquisadas sobre o seu nivel de actividad actual en comparación coa situación previa ao COVID - 19. Destacamos que un 86% tiveron que deter a súa actividad por completo, ao ser un sector que depende no súa maior parte da presencialidad dos clientes. Tan só un 13% puido manter menos dun 25% de actividad.

Respecto ao segundo semestre de 2020 case un 40% cren que terán menos dun 25% de actividad e un 37% esperan manter entre un 25% e un 50% da actividad. É importante mencionar como un 17% afirman que non poderán renovar a súa actividad.

#### Nivel de actividad prevista durante o segundo semestre do ano 2020



- Menos dun 25% da actividade
- Entre un 25% e un 50% da actividade
- Non poderei reanudar a miña actividade
- Entre un 50% e un 80% da actividade
- Máis dun 80% da actividade

# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Impacto

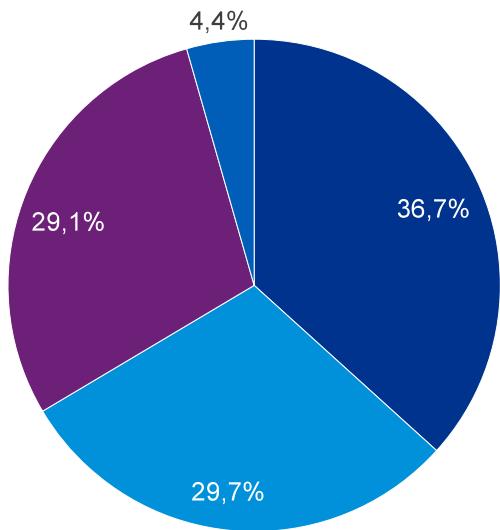
#### Áreas da empresa nas que tivo un maior impacto a situación actual (Do 0 ao 10)



As persoas enquiskadas valoran cunha media de 9 a área de vendas como a máis afectada durante a crise, seguida do persoal valorada cunha media de 6,9. Destacan tamén outras áreas onde impactou como no deseño de produtos, reformas, concursos públicos, etc.

Ademais, case un 37% afirman que teñen unha clientela crítica: pouca clientela supón unha elevada porcentaxe do seu negocio, e un 30% teñen provedores e clientela crítica. Con todo, tamén outro 30% confirma que ten clientela e provedores diversificados

#### En que medida a súa clientela e/ou proveedores son críticos para o negocio?



- Teño clientela crítica para o meu negocio: poucos clientes e clientas supoñen unha elevada porcentaxe dos meus ingresos
- Teño clientela e proveedores críticos para os meus negócios
- Non, a miña clientela e proveedores están diversificados
- Teño proveedores críticos para o meu negocio: poucos proveedores supoñen unha elevada porcentaxe das miñas compras

# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Transformación de negocio

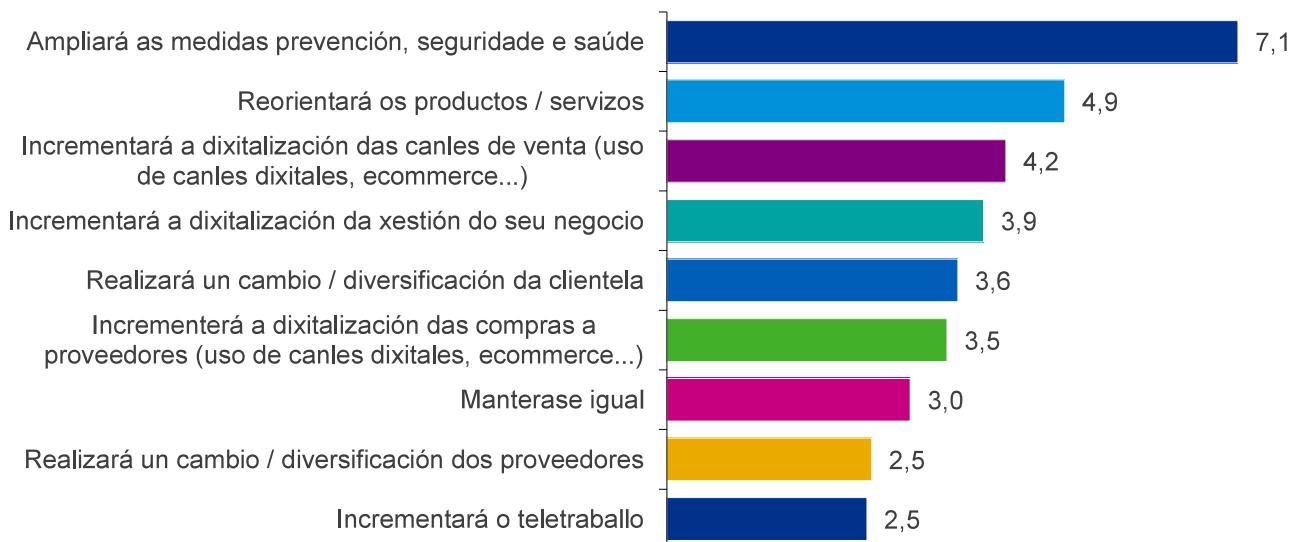
#### De que maneira está afectando a situación actual ao seu negocio? (Do 0 ao 10)



As medidas que tiveron que tomar as persoas enquisadas e as que más se viron afectadas ante esta situación son a incorporación de novas medidas de prevención , seguridad e saúde e a utilización de canles dixitais para as vendas.

En canto á situación futura, a maior parte das empresas enquisadas ampliará as medidas de seguridad e protección, reorientarán os seus produtos/servizos e incrementarán a dixitalización de canles de venda.

#### De que maneira prevé que a situación actual transformará o seu negocio no futuro? (Do 0 a 10)

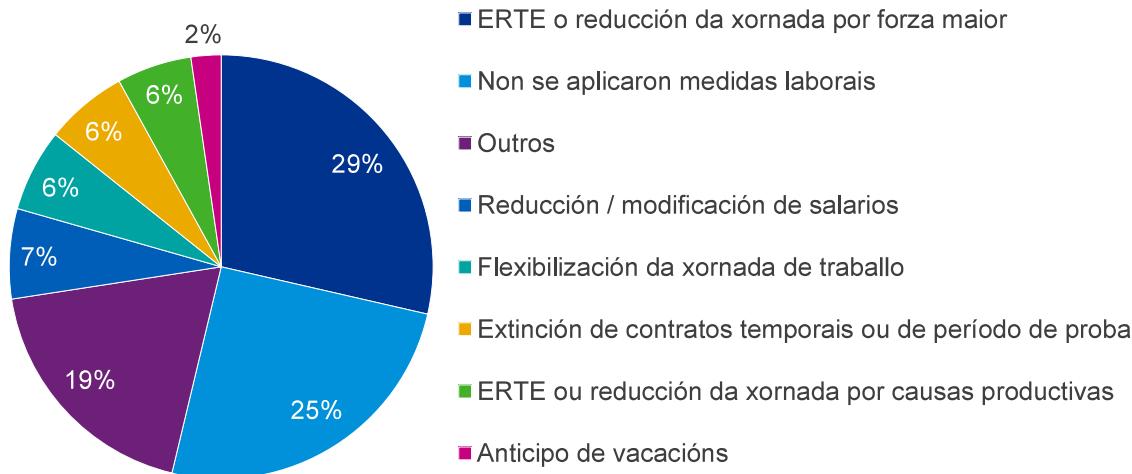


# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Plantilla e medidas laborais

#### Medidas laborais ás que tivo que acollerse para facer frente ao impacto do COVID - 19

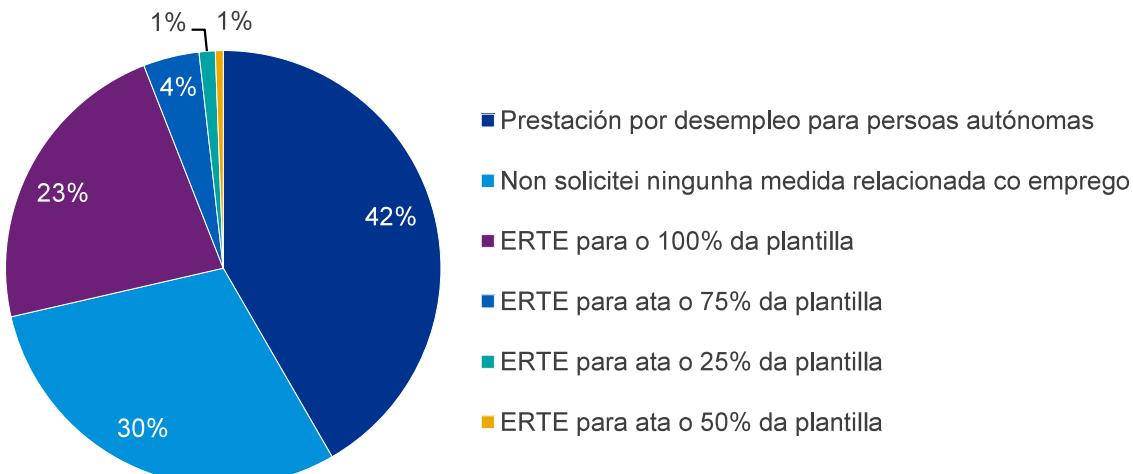


19%

Das respostas obtidas, optaron por levar a cabo outras medidas como cesamento de actividade non chegar a abrir ou retomar a actividade, peche da actividade ou solicitude de axudas a persoas autónomas.

Case un 30% das persoas enquisadas tivo que acollerse a un ERTE ou redución de xornada. Con todo, un 25% afirma non aplicar ningunha medida laboral. Entre aqueles que tiveron que acollerse a algunha medida laboral, cabe destacar que máis dun 40% acolléronse á prestación por desempleo para persoas autónomas.

#### Medidas temporales de emprego ás que tivo que acollerse

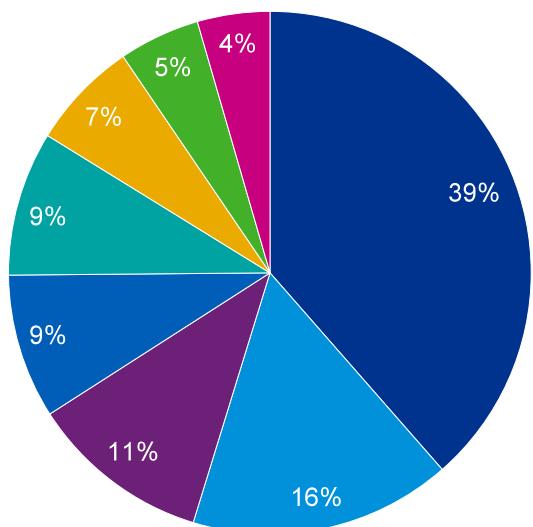


# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Plantilla e medidas laborais

#### Previsión de acollerse a medidas laborais no futuro

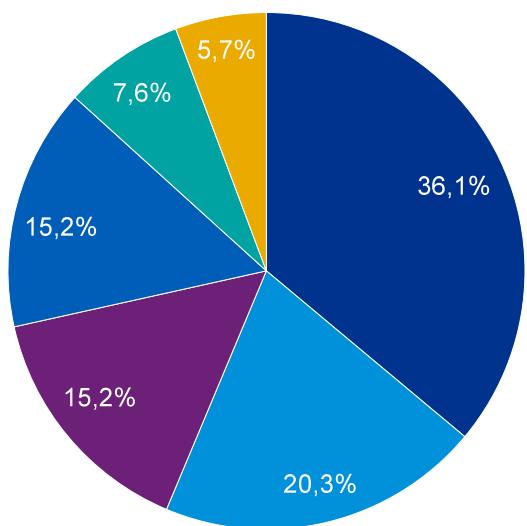


- Non se prevé a aplicación de medidas laborais
- ERTE ou reducción da xornada por forza maior
- Outras
- ERTE ou reducción da xornada por causas productivas
- Reducción / modificación de salarios
- Flexibilización da xornada de traballo
- Extinción dos contratos temporais ou de período de proba
- Anticipo das vacacións

11%

Aqueles que destacan outras medidas mencionan o peche temporal ou definitivo ou o cesamento de contratación de *freelances*. A mayoría afirman que esperarán para tomar decisiones laborais.

#### Previsión do impacto na plantilla no segundo semestre de 2020



- Non dispoña de plantilla antes do Covid-19, son persoas autónomas
- Manterase
- Reducirse entre un 30% e un 60%
- Reducirse máis dun 60%
- Reducirse menos dun 30%
- Incrementarse

# O sector turismo en Pontevedra

## Cuestionario a empresas do sector

### Administracións públicas

#### Valoración de medidas que deberían levar a cabo as AAPP



O sector destaca a solicitude de **coordinación entre as distintas administracións co sector**, medidas para **favorecer o turismo local**, así como o rural, **exención de taxas e certos impostos e axilización de procesos e axudas**.

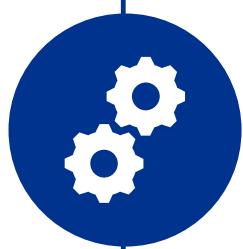
Ademáis, como comentarios adicionais o sector demanda:

- **Axudas de diferente índole** (económicas, directas, indirectas...), tanto para persoas autónomas como para as Pemes, para paliar as consecuencias ocasionadas pola crise do Covid-19.
- **Accións de difusión** para o fomento de eventos e destinos locais.
- **Maior velocidade na toma de decisións e exactitude** para planificar as accións de cara o ano 2021.
- **Axudas específicas para as axencias de viaxes**, que se consideran as grandes esquecidas xa que para poder poñer en marcha o seu negocio depende de que antes o fagan outros servizos como os aloxamentos, as aerolíneas ou os guías.

# Plan de Reactivación Turismo Rías Baixas

Para dar resposta ás necesidades do sector turístico da provincia de Pontevedra e impulsar a saída desta crise e o fortalecemento do sector, xorde a necesidade de **axuntar esforzos entre en tecido empresarial e as distintas administracións e institucións para conseguir que Rías Baixas siga sendo un destino de referencia e valor.**

A través do Plan de Reactivación de Turismo Rías Baixas quérense conseguir os seguintes obxectivos:



- Reforzar a marca **Rías Baixas** como un **destino seguro**
- Garantir a **viabilidade e supervivencia do tecido empresarial**
- Potenciar a **competitividade das persoas traballadoras e as empresas**
- Garantir o **emprego** de todas aquelas persoas vinculadas ao sector
- Favorecer o **turismo de proximidade, impulsando a demanda**

Este Plan organizouse ao redor de **5 eixos de actuación con diferentes accións cada un deles**, que dan resposta ás necesidades detectadas e teñen un carácter transversal para impulsar todos os subsectores turísticos:

1

**Financiación, aspectos legais e fiscalidade**

2

**Prevención, seguridade, saúde e hixiene**

3

**Dixitalización e competitividade**

4

**Fomento da demanda de produtos e servizos turísticos da provincia**

5

**Promoción do destino Rías Baixas**

# Plan de Reactivación Turismo Rías Baixas

Algunhas destas medidas están a xestionarse de forma inmediata e xa se están asignando partidas orzamentarias para o seu desenvolvemento.

- **Financiamento, aspectos legais e fiscalidade.** Este primeiro eixo engloba medidas relacionadas coa solvencia financeira, fiscal e legal das empresas, e as implicacións das diferentes medidas.
- **Prevención, seguridade, saúde e hixiene.** Trátase de accións relacionadas cos diferentes protocolos e plans de garantía sanitaria, tanto nas oficinas INFO RÍAS BAIXAS, nas administracións locais e no sector privado. Con estas medidas búscase tamén un crecemento ético.
- **Dixitalización e competitividade.** Recolle toda unha serie de medidas relacionadas co liderado empresarial e o fortalecemento do sector, a través da capacitación, a innovación e o emprendemento. Ademais, búscase poñer as TIC o servizo dos concellos para dar resposta as novas demandas dos turistas, con ferramentas que lles proporcionen información e promovan a confiaza, ademais de dar resposta as novas demandas de flexibilización.
- **Fomento da demanda de produtos e servizos turísticos da provincia,** con accións que reactiven o consumo local e estimulen a atracción de turistas.
- **Promoción do Destino Rías Baixas.** Adaptaremos as accións de comunicación e comercialización á nova semántica do Covid, con campañas que promovan Rías Baixas como destino seguro, priorizando os mercados de proximidade (mercado nacional e norte de Portugal).

Queremos reactivar e axudar ao sector a saír reforzado, apostando por un **crecimiento ético**, adaptando os eventos turísticos as novas medidas de garantía sanitaria, diversificando a oferta de recursos da provincia e anticipándonos ao futuro, poñendo en marcha un novo **Plan Estratégico de Turismo 2021-2023** e traballando de forma conjunta para potenciar eventos relacionados coa cultura, o deporte e MICE para 2021.

# Plan de Reactivación Turismo Rías Baixas

Por último, queremos destacar as seguintes **accións que xa están en marcha**:

1. **Adecuación da rede de oficinas INFO Rías Baixas ao escenario Covid-19**, a través do protocolo de xestión da rede, e asesoramiento e apoio aos concellos de menos de 20.000 habitantes na adaptación a normativa de garantía sanitaria.
2. Deseño de **workshops post Covid-19 para a comercialización do destino**.
3. Adaptación do **plan de promoción** a semántica Covid e orientación ao turismo de proximidade (turismo nacional de norte de Portugal), e as novas tendencias das persoas viaxeiras.
4. Lanzamento da **aceleradora do comercio minorista**, para axudarles a impulsar os seus negócios e reactivar a economía local. Neste momento estanse a seleccionar os 10 proxectos a acelerar de entre os 21 candidatos presentados. Na última semana deste mes de maio comunicarase a selección para poder comezar as actividades nesa mesma semana.

Este Plan de reactivación trátase dunha folla de roteiro participativo, que busca desenvolver **accións útiles para a reactivación económica, a xeración de emprego, o crecemento ético e para potenciar unha imaxe de Rías Baixas como un destino seguro e sostible**.