

# Enquesta sobre l'impacte de la COVID-19 i les mesures adoptades en el sector turístic gironí

—  
Maig 2020



Diputació de Girona

**G!rona** Patronat de Turisme  
Costa Brava Girona



Costa Brava  
Pirineu de Girona



CATALUNYA

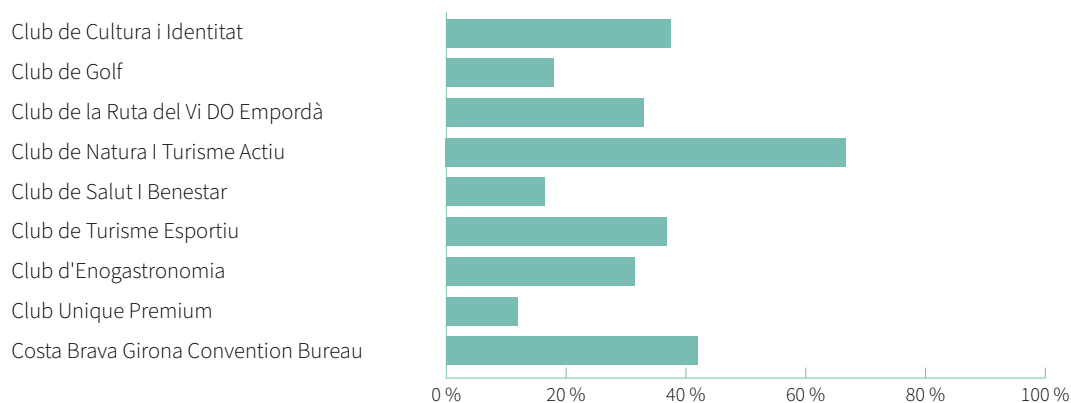
# Enquesta sobre l'impacte de la COVID-19 i les mesures adoptades en el sector turístic gironí

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona presenta els resultats de l'enquesta sobre «Enquesta sobre l'impacte de la COVID-19 i les mesures adoptades en el sector turístic gironí» feta a 453 empreses i entitats turístiques de la demarcació de Girona entre el 14 i el 24 d'abril del 2020, en plena vigència de l'estat d'alarma decretat pel Govern de l'Estat espanyol.

L'enquesta, de caràcter anònim, es componia de vint preguntes centrades en la repercussió que la crisi està tenint tant en les empreses i l'activitat que desenvolupen com en les competències que afecten directament les entitats (promoció, difusió i comercialització).

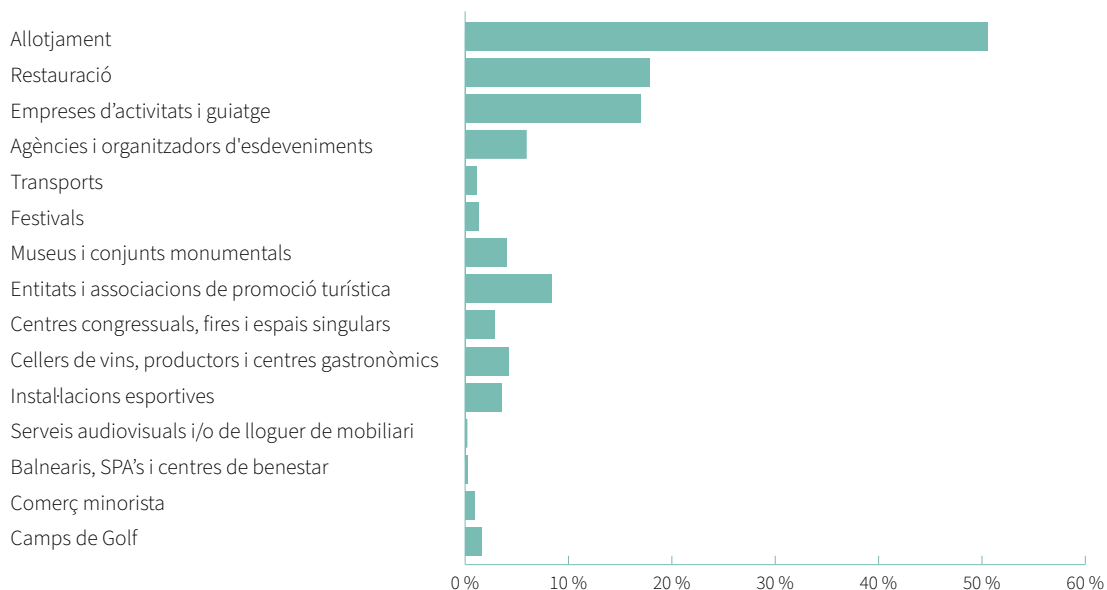
De les **453 enquestes** rebudes, un total de 197 (el 43,49 %) han estat contestades per empreses no associades al Patronat de Turisme Costa Brava Girona, i les altres 256 (un 56,51 %), per membres dels nou clubs de màrqueting de producte que té la institució. A continuació es presenta el nombre d'empreses i entitats que han participat en l'enquesta segons el club al qual pertanyen. Cal remarcar que una mateixa empresa o entitat vinculada al Patronat pot estar adherida a diversos clubs.

## 1. Respostes de les empreses dels clubs de producte PTCBG



Per **tipologies d'enquestats**, el subsector que ha contestat l'enquesta amb un percentatge més elevat és el de les empreses d'allotjament turístic, que representen el 50,55 % de la mostra; les segueixen les empreses de restauració, amb un 17,88 %, i les empreses de guiatge i activitats (culturals, de turisme actiu, de benestar, enogastronòmiques i d'incentiu), amb un 17 %.

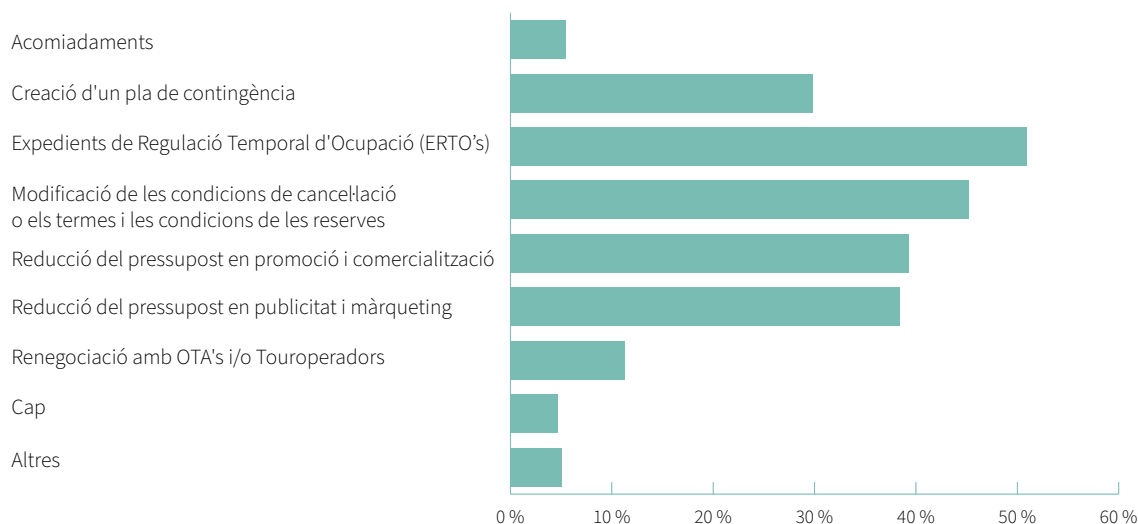
## 2. Tipologies d'empreses que han respost l'enquesta



Amb motiu de l'entrada en vigor de l'estat d'alarma, les empreses i entitats turístiques han paraitzat la seva activitat i operativa per «causes de força major». Els enquestats, així, han implementat diverses **mesures de contenció** i reorganització. En relació a l'estructuració de l'empresa: un 50,99 % ha aplicat expedients de regulació temporal d'ocupació, un 29,80 % ha posat en marxa plans de contingència, un 5,52 % ha dut a terme acomiadaments i un 5,08 % ha adoptat altres mesures (com la planificació de mesures de seguretat i higiene o l'adaptació de l'organització de l'empresa al teletreball).

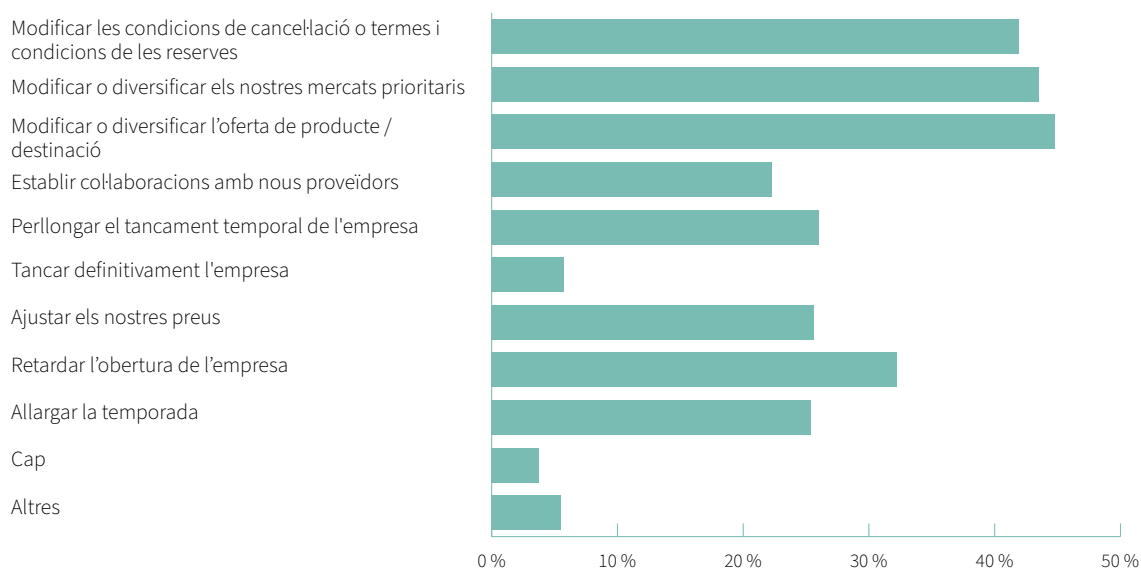
En relació a la gestió de l'activitat, els enquestats han ampliat la resposta concretant que, en un 45,25 % dels casos, han fet modificacions en la política de cancel·lacions o en els termes i condicions de les reserves; un 39,29 % ha reduït el pressupost destinat a la promoció i un 38,41 % el pressupost de publicitat, i un 11,26 % ha hagut de renegociar contractes i acords amb agències de viatges *online*.

### 3. Com a empresa, quines mesures heu hagut d'aplicar davant els efectes de la COVID-19?



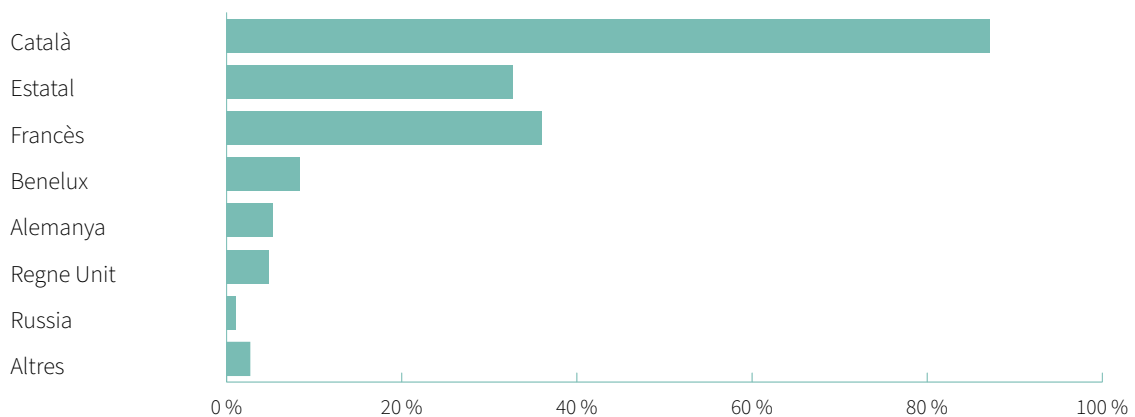
Els enquestats han respost que, si l'estat d'alarma es perllonga, valoren **adoptar noves mesures** que afecten diversos àmbits de la seva operativa i activitat. Un 44,81 % està considerant modificar o diversificar l'oferta de producte, i un 43,49 %, modificar o diversificar els mercats; un 41,94 % es planteja modificar les condicions de cancel·lació o termes i condicions de les reserves, i un 32,23 % estudia retardar l'obertura de l'empresa.

### 4. Quines altres mesures esteu considerant posar en pràctica a la vostra organització per un impacte perllongat de la COVID19?



L'enquesta ha recollit l'interès del sector turístic gironí pels diversos **mercats emissors de turisme** davant de la situació d'excepcionalitat actual. En format de resposta múltiple, un total de 353 enquestats consideren prioritari el mercat català, i 163 enquestats (un 35,98 %), el mercat francès, seguit per l'estatal amb 148 respostes (un 32,67 %). Altres mercats d'interès, tot i que amb menys valor per a les empreses turístiques gironines, són, entre altres, els següents: amb 38 respostes (un 8,39 %), el Benelux; amb 24 respostes (un 5,30 %), el mercat alemany; i amb 22 respostes (un 4,86 %), el mercat britànic.

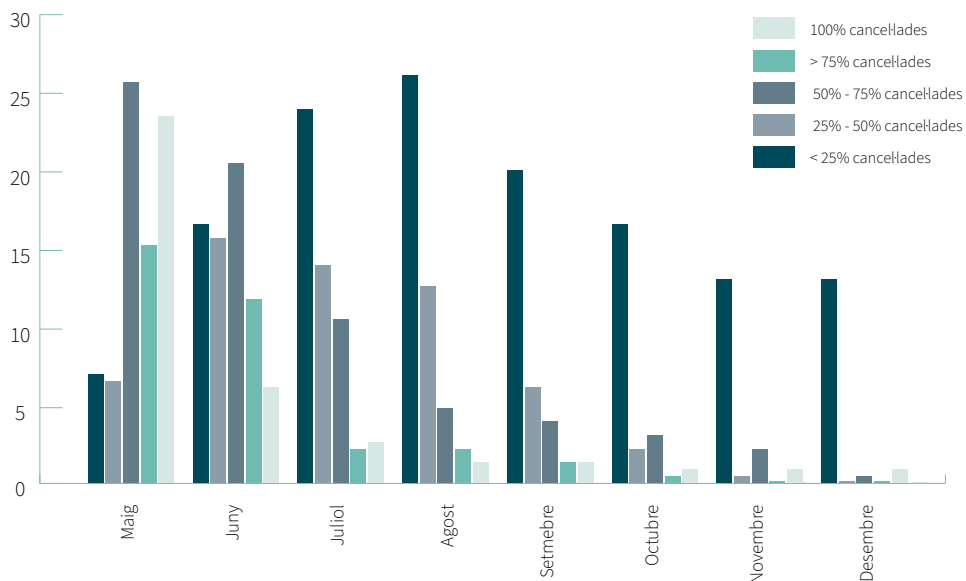
## 5. Quins són els vostres mercats prioritaris, tenint en compte les circumstàncies actuals, per a aquest exercici del 2020?



L'enquesta ha tractat també les **cancel·lacions de reserves** que **229 empreses d'allotjament turístic de la demarcació de Girona** (hotels, càmpings, apartaments turístics i turisme rural) han registrat des de l'inici de la crisi fins al 24 d'abril. D'aquestes 229 empreses, un 78,17 % ha tingut cancel·lacions per al mes de maig; un 70,74 %, per al juny; un 53,28 %, per al juliol, i un 47,66 %, per a l'agost.

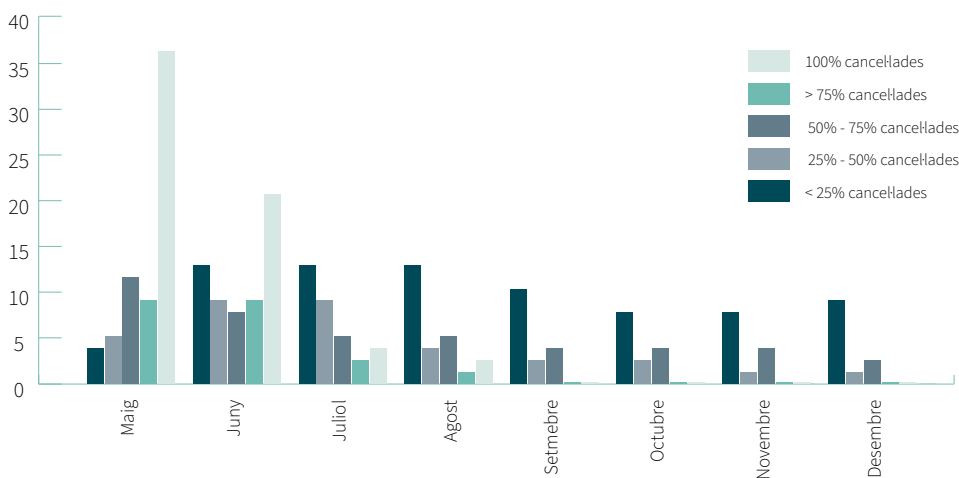
Si ens fixem en les cancel·lacions que superen el 50 % de les reserves, un 64,62 % de les empreses ha vist cancel·lada més de la meitat de les reserves confirmades per al mes de maig, mentre que a un 38,42 % se'ls ha cancel·lat més del 50 % de les reserves per al juny; en un 15,28 % dels casos pel mes de juliol, i tan sols un 8,29 % de les empreses ha registrat cancel·lacions de més del 50 % de les reserves per a l'agost.

## 6. Cancel·lacions de les reserves segons mes del sector allotjament



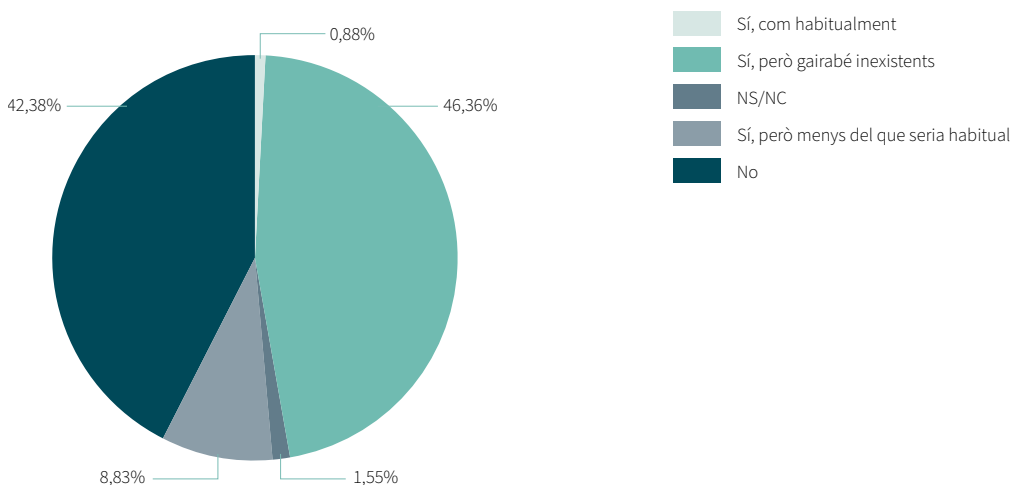
Pel que fa a les **cancel·lacions de reserves a 77 empreses de la demarcació de Girona que ofereixen activitats turístiques**, es constata que un 66,23 % ha vist com es cancel·laven reserves de serveis per al mes de maig, un 59,74 % per al juny, i un 33,77 % per al juliol; a partir del mes d'agost, les cancel·lacions cauen al 25,97 %, ja que, en aquest sector, la decisió de compra o contractació d'activitats per part dels usuaris és més tardana.

## 7. Cancel·lacions de les reserves segons mes de les empreses que ofereixen activitats

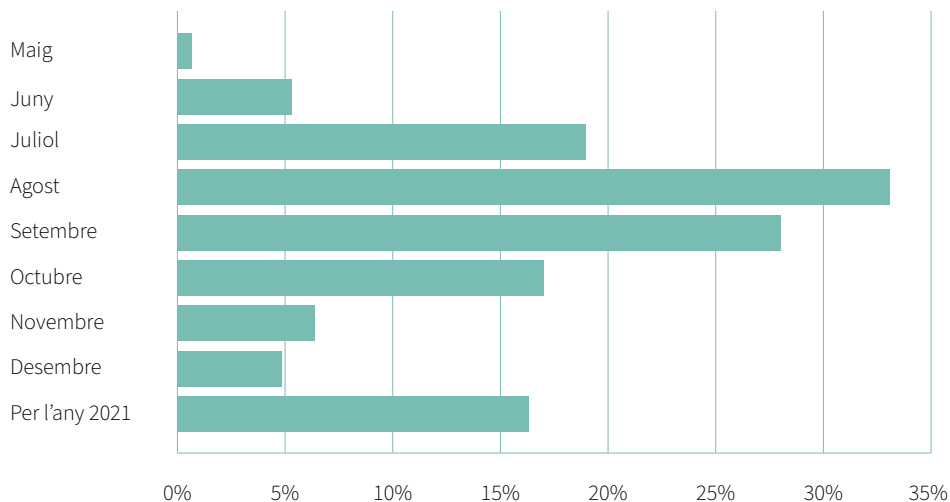


Quant a les **dades referides a sol·licituds d'informació i de noves reserves** de visitants a la demarcació de Girona durant el període en què s'ha dut a terme l'enquesta, les empreses i entitats que han respost han manifestat, en un 46,36 % dels casos, que reben poques reserves, mentre que un 42,38 % no en rep cap. Pel que fa a les reserves que es registren, segons les respostes dels enquestats, un 33,11 % són per al mes d'agost, un 28,04 % per al setembre, un 18,98 % per al juliol, un 17 % per a l'octubre, un 6,40 % per al novembre, i un 4,86 % per al desembre. Les enquestes fan palès que únicament un 5,30 % de les peticions i reserves són per al mes de juny, i que un 16,34 % de les sol·licituds corresponen al 2021.

### 8. Actualment, rebeu peticions o sol·licituds d'informació i de reserves?

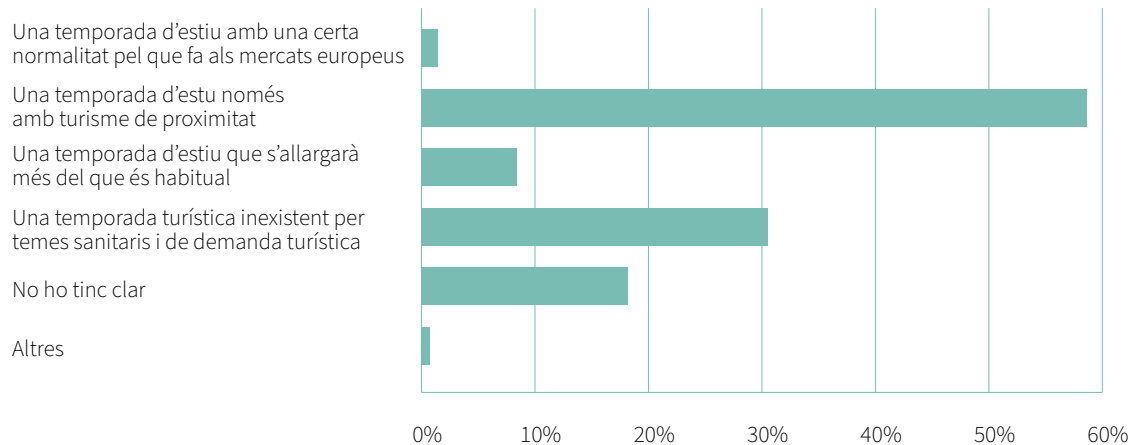


### 9. Si rebeu noves reserves, per a quines dates són?



L'enquesta ha sondejat les **expectatives per a la temporada turística 2020** dels enquestats, que representen els diversos subsectors turístics de la demarcació de Girona. Un 58,72 % ha manifestat que la temporada d'estiu es reduirà a acollir visitants de proximitat, mentre que un 30,46 % considera que la temporada turística serà «inexistent» a causa de la crisi sanitària i la baixa demanda turística internacional. Un 8,83 % estima que la temporada s'allargarà més enllà de l'habitual, i un 18,54 % no fa cap pronòstic, davant de l'elevada incertesa i gravetat de la situació.

## 10. Quina de les situacions següents preveieu per a aquesta temporada d'estiu?



L'enquesta ha formulat diverses **preguntes obertes i d'opinió** referides a com preveuen els enquestats que la crisi afecti el consum i la promoció turística de les destinacions i els productes a curt i mitjà termini. Un dels comentaris més recurrents ha estat que cal analitzar el comportament social i econòmic que la pandèmia està provocant als països emissors de turisme, ja que es produiran canvis en els hàbits i les necessitats dels turistes (grups més reduïts). Així mateix, s'apunta la necessitat d'adoptar protocols sanitaris i d'higiene i normatives específiques per a cada subsector, per tal d'adaptar l'oferta turística. El públic de proximitat es considera el mercat objectiu, i la previsió és que el mercat internacional trigarà a recuperar-se.

El subsector del turisme de benestar veu una «oportunitat» per posar en valor la seva oferta, orientada a uns segments de públic molt concrets i en espais reduïts. Les empreses d'activitats en la natura i de turisme actiu preveuen un increment del consum de serveis i productes relacionats amb l'oci a l'aire lliure i en espais naturals, per bé que hi haurà limitacions normatives. Pel que fa a l'enogastronomia, els enquestats consideren primordial disposar d'un marc normatiu que els permeti reajustar els seus serveis i orientar l'oferta cap a experiències més concretes, però en espais oberts.

Els subsectors de la cultura, el turisme de negocis i el turisme esportiu creuen que la seva reactivació es presenta condicionada per les normatives, les limitacions de la capacitat i els aspectes de la seguretat i la confiança, amb la qual cosa la preveuen lenta i a mitjà termini. El sector del turisme de golf, per la seva banda, espera normalitzar l'activitat a partir de la tardor.

Els enquestats coincideixen a remarcar que cal mantenir els preus dels serveis i apostar per la qualitat i creuen que enguany, a causa de la incertesa, les reserves i els viatges seran, més que mai, a última hora.

En aquest sentit, les empreses consideren fonamental tenir flexibilitat per adaptar-se a les noves necessitats i demandes dels clients.



## Conclusions

La indústria turística representa el 13 % del PIB a la demarcació de Girona. L'any 2019, van visitar la Costa Brava i el Pirineu de Girona 7,9 milions de turistes nacionals i internacionals (un 1,28 % més que l'any anterior), que van generar 25,8 milions de pernотacions en establiments d'allotjament turístic de la destinació (amb un increment de l'1,18 % respecte a l'exercici anterior). Pel que fa a la capacitat d'allotjament turístic reglat, la demarcació de Girona disposa de 264.478 places.

L'enquesta sobre «L'impacte i les mesures davant la COVID-19 en el sector turístic gironí» duta a terme pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona entre 453 empreses i entitats turístiques de la demarcació en el període comprès entre el 14 i el 24 d'abril del 2020 (en plena vigència de l'estat d'alarma declarat pel Govern espanyol) proporciona una radiografia real i puntual sobre el grau d'afectació del sector turístic gironí en relació amb la crisi sanitària, social i econòmica global generada per la pandèmia.

Cal tenir en compte que la no celebració de la Setmana Santa ha agreujat la situació del sector, ocasionant pèrdues milionàries i forçant nombroses empreses a adoptar mesures de caire estructural i operatiu.

Els resultats de la mostra enquestada permeten formular les conclusions següents:

- » Les empreses d'allotjament turístic de la demarcació de Girona (un 50,55 %) són el subsector que presenta un grau d'afectació més gran, seguides per les empreses de restauració (un 17,88 %) i les d'activitats i guiatge (un 17 %).
- » Les empreses que han pres mesures organitzatives arran de la crisi s'han centrat a aplicar ERTA en un 50,99 % dels casos, i únicament un 5,52 % ha hagut d'optar per mesures més dràstiques, com ara els acomiadaments.
- » Les empreses han adaptat la seva gestió modificant les polítiques de cancel·lació de reserves en un 45,25 % dels casos, i un 40 % ha reduït els pressupostos destinats a promoció i publicitat.
- » Només un 11 % de les empreses ha renegociat condicions amb OTAs i/o operadors turístics, el baix percentatge pot venir donat perquè la majoria dels enquestats són PIMES que no tenen relació directa amb aquests.
- » Un 45 % dels enquestats creu necessari modificar o diversificar la seva oferta de producte i serveis per tal d'adaptar-se a les noves necessitats i comportaments del mercat.
- » Un 43 % estudia modificar o diversificar els seus mercats prioritaris davant de la situació actual, focalitzant la promoció i la comercialització en mercats com el català, l'estatal i el francès.
- » Amb motiu de les limitacions de mobilitat estatals i internacionals, per a les empreses turístiques gironines els nous mercats prioritaris són el català en un 87 % dels casos, seguit del francès amb un 36 % i, a continuació, l'estatal amb un 33 %.
- » Les empreses turístiques han patit cancel·lacions de reserves de serveis de l'entorn del 80 % per al mes de maig i del 70 % per al juny. Pel que fa als mesos de juliol i agost, es detecta una reducció del 50 % en les reserves cancel·lades. S'estima que els visitants s'esperen a conèixer les mesures adoptades pels governs i el sector per decidir què fan amb les reserves anticipades.

- » Pel que fa als ajornaments, s'observa que afecten les reserves per als mesos de maig i juny. A partir del juliol, els ajornaments disminueixen perquè les reserves van relacionades amb la disponibilitat de les vacances d'estiu.
- » Malgrat la incertesa de la situació, els canvis constants en les dates de reactivació de l'activitat turística i la preocupació per una temporada d'estiu inexistent, les empreses turístiques segueixen registrant sol·licituds i peticions de reserves, tot i que en un nombre inferior a l'habitual. En aquest sentit, els mesos per als quals es reben més peticions de reserva són l'agost (33 %) i el setembre (27 %).
- » Un 60 % de les empreses turístiques creu que la temporada d'estiu es limitarà només al turisme de proximitat.
- » Més d'un 30 % de les empreses turístiques preveu una temporada inexistent per qüestions sanitàries i per la baixa demanda turística.
- » Un 20 % de les empreses no té clar com serà la temporada d'estiu, donada la situació inèdita i incerta en què ens trobem.



Diputació de Girona

**Girona** Patronat de Turisme  
Costa Brava Girona



Costa Brava  
Pirineu de Girona

