



2

COVID-19
Plan para la
reactivación del
Turismo en
Gipuzkoa

Diputación Foral de
Gipuzkoa

Dept. de Promoción
Económica, Turismo
y Medio rural

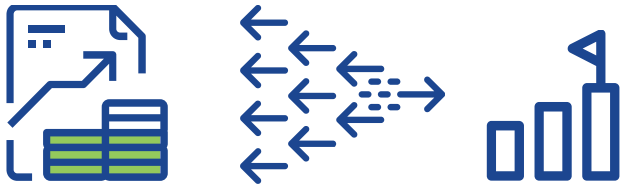
Abril 2020

-

www.gipuzkoa.eus

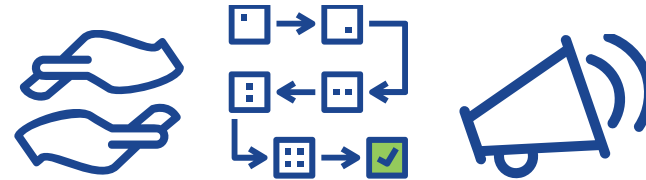


1. MARCO GENERAL



- 1.1** Importancia del turismo en Gipuzkoa.
- 1.2** Estrategia turística.
- 1.3** Retos actuales del turismo.

2. PLAN DE REACTIVACIÓN

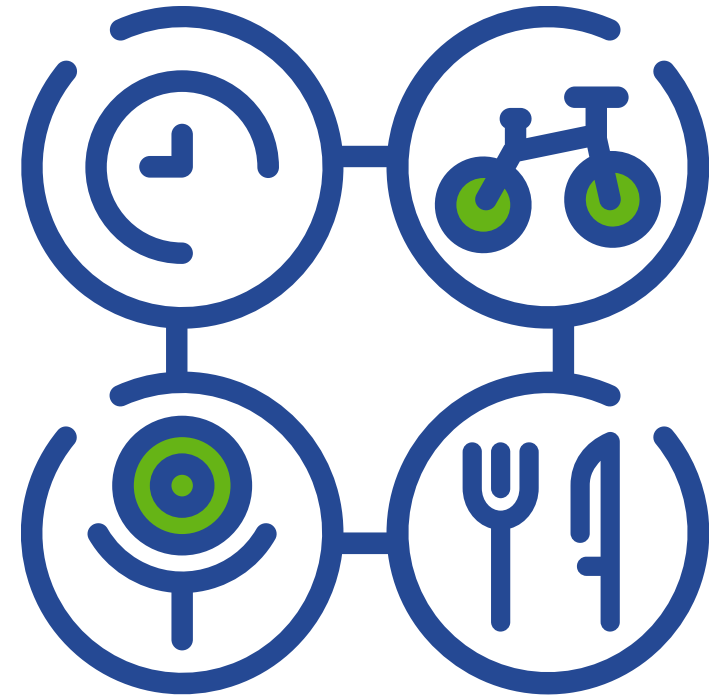


- 2.1** Primer eje: PROTEGER
- 2.2** Segundo eje: PREPARAR
- 2.3** Tercer eje: PROMOCIONAR



1. MARCO GENERAL

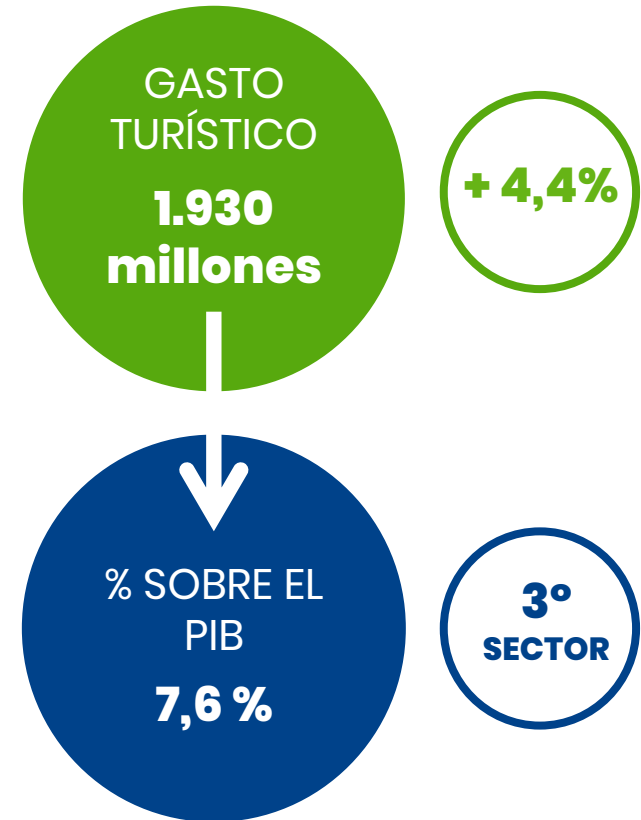
- El turismo es el **tercer sector económico** de Gipuzkoa. En 2019 dando trabajo a **36.500 personas**.
- En esta crisis, como industria económica, el **turismo es una de las más afectadas**.
- Existen niveles muy altos de **incertidumbre**.





1.1 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN GIPUZKOA.

- En cuanto a la aportación del turismo a la economía, el **gasto turístico** en Gipuzkoa en 2018 creció un **4,4%** respecto al año anterior (0,4 puntos por encima de la media de Euskadi). En términos absolutos, el gasto turístico de Gipuzkoa **pasa de 1.849 millones de euros en 2017 a 1.930 millones en 2018** y supone el **41,5%** del gasto turístico total de Euskadi en 2018.
- Gipuzkoa es el **territorio histórico con mayor impacto tractor del turismo en la economía**, con un **7,6% del PIB** de 2018, consolidándose como tercer sector por detrás del comercio y las actividades inmobiliarias. Este porcentaje se mantiene respecto al año anterior, según datos del Eustat.





1.1 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN GIPUZKOA.



- En cuanto a la evolución del turismo y según la clasificación que realiza Eustat, tomando como establecimientos turísticos receptores a establecimientos hoteleros, casas rurales y apartamentos turísticos, en Gipuzkoa en 2019 se han ofertado **756 establecimientos receptores** (un **20%** más que en 2016) y **5,2 millones de plazas** (un **10%** más que en 2016), proporcionando **2.122 puestos de empleo** (un **8%** más que en 2016).



- En paralelo se han registrado **1,3 millones de entradas** (un **20%** más que en 2016) y **2,8 millones de pernoctaciones** (un **16%** más que en 2016).
- Completando estos datos, la estimación del número de personas visitantes, turistas y excursionistas llegadas a Gipuzkoa permite destacar la **importancia de las personas excursionistas y del turismo de proximidad** en Gipuzkoa.



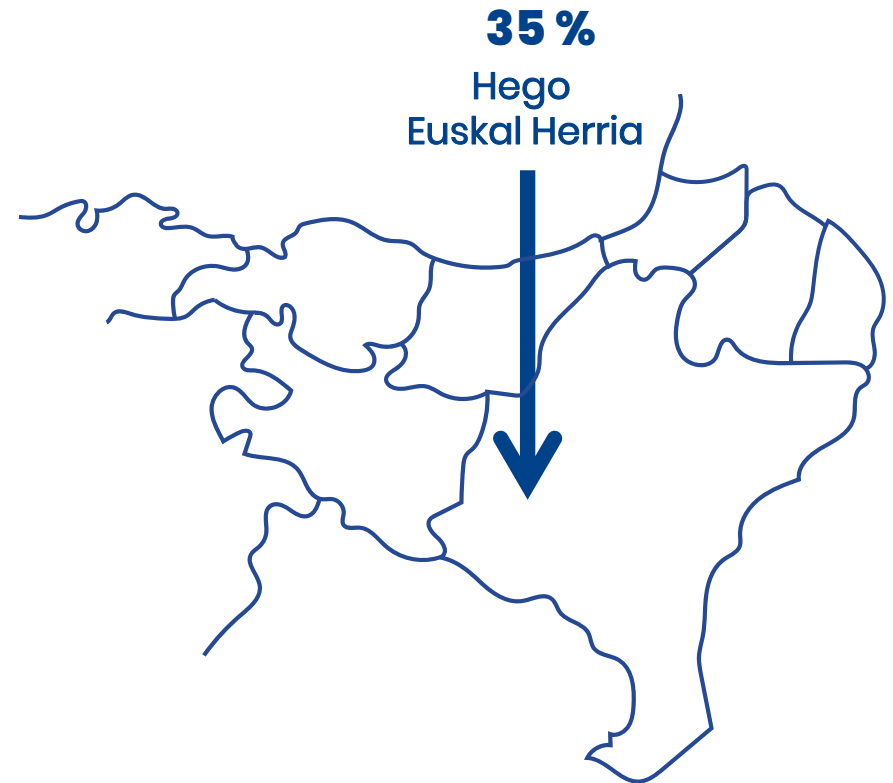
1.1 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN GIPUZKOA.



- Así, en 2019 se estimaron **4,2 millones de personas visitantes a Gipuzkoa**, de las cuales 1,3 millones fueron turistas y **2,9 millones excursionistas**, casi el 70% del total.

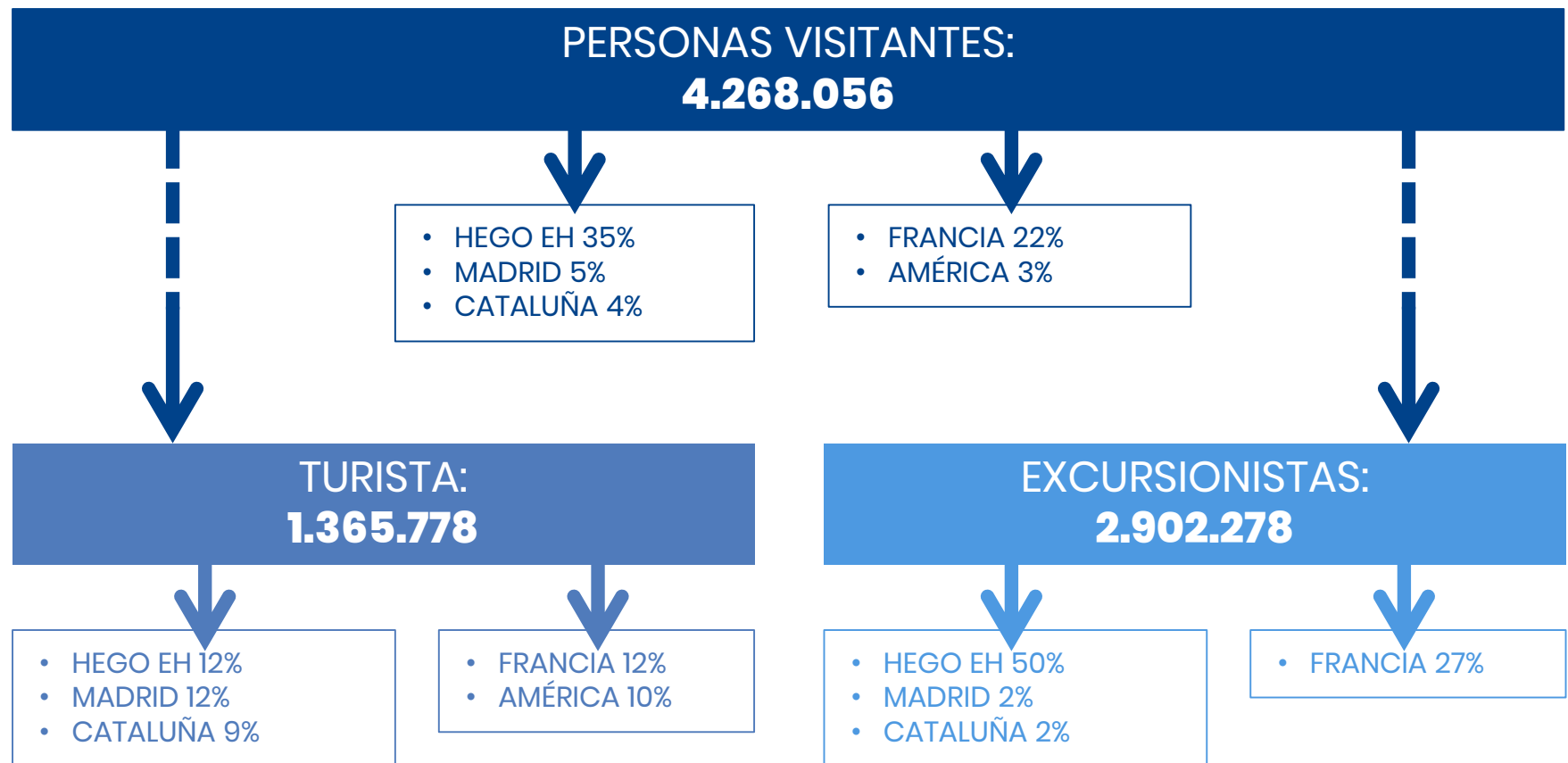


- El **35%** de las personas visitantes procedían de **Hego EH** y el 22% de Francia.





1.1 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN GIPUZKOA.





1.2 ESTRATEGIA TURÍSTICA EN GIPUZKOA

- El modelo turístico de Gipuzkoa apuesta por el **valor añadido** y por posicionar a Gipuzkoa como **destino de calidad para visitantes que respeten y valoren su identidad y cultura** (euskera, gastronomía, costumbres), **sus recursos naturales** (montaña, mar) y la **convivencia con sus habitantes**, en beneficio tanto de la sociedad como de la economía del territorio.
- Esta estrategia está estrechamente ligada a la gestión de un **modelo turístico sostenible**, garantizando el **equilibrio social, cultural, medioambiental y económico** y fomentando el **crecimiento económico, el empleo y la riqueza en todo el territorio**.
- El objetivo es gestionar responsablemente el turismo como un **sector capaz de aportar mucho a los objetivos de la Agenda 2030**.





1.3 RETOS ACTUALES DEL TURISMO

Con motivo de la COVID-19, vivimos una crisis sin precedentes en la que **el sector se enfrenta a una gran incertidumbre**, con muchas preguntas aún en el aire, como las fechas de apertura de las fronteras, si se podrán celebrar eventos y cómo, en qué condiciones, la apertura de la hostelería, etc.



Una crisis económica de **dimensión global**.



Una crisis **estructural**.



La **recuperación será lenta**.



1.3 RETOS ACTUALES DEL TURISMO

- Teniendo en cuenta que se trata de una crisis sin precedentes y que evoluciona muy rápidamente, es muy difícil calcular el impacto de la crisis COVID-19 en el turismo. Basándose en los últimos acontecimientos (medidas de cuarentena, prohibiciones de viajes y cierres de fronteras) y modelos de crisis previos (SRAS 2003 y crisis económica mundial 2009), **la Organización Mundial del Turismo considera que las llegadas de turistas internacionales pueden reducirse entre un 20% y un 30% en 2020.**
- **El COVID-19 afectaría al turismo casi 10 veces más que la crisis de 2009,** resultando uno de los sectores económicos más afectados por esta crisis.



1.3 RETOS ACTUALES DEL TURISMO

- También a nivel estatal, el turismo es **uno de los sectores económicos más desfavorecidos**, junto con las actividades de ocio y culturales y otros sectores como el comercio minorista no alimentario, la industria textil, la automoción y los bienes de consumo sostenible.
 - El sector da por perdido al menos el **80% del negocio anual**, ya que la Semana Santa, la primera gran oleada de vacaciones del año, hubiera representado alrededor del 15% de la actividad turística y las previsiones para la campaña de verano, que representa en torno al 70% de la facturación, no son muy esperanzadoras.
 - Exceltur calcula que **las pérdidas del sector alcanzarán los 100.000 millones de euros** a finales de año.



2. PLAN DE CRISIS

- El turismo es un sector capaz de generar muchos puestos de trabajo, resiliente y con capacidad para ejercer un efecto multiplicador en la recuperación de otros sectores.
- Un plan coordinado y potente de mitigación y reactivación del sector puede generar importantes beneficios en la economía y el empleo de Gipuzkoa.
- Teniendo en cuenta en todo momento la visión expuesta en el marco general, Gipuzkoa propone un Plan Anticrisis de apoyo al sector turístico, estructurado en tres ejes:





2. PLAN DE CRISIS: RESUMEN EJES Y PROGRAMAS

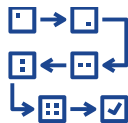


2.400.000 €



PROTEGER 1º EJE

- COVID-19: Programa de apoyo a autónomos y pymes del sector turismo. **300.000 €**
- Programa de subvenciones nominativas de agentes turísticos. **600.000 €**



PREPARAR 2º EJE

- Programa para la creación de entornos seguros. **100.000 €**
- Programa de re arranque post COVID-19. **200.000 €**
- Programa para volver a descubrir y detectar cambios en mercados. **100.000 €**



PROMOCIONAR 3º EJE

- Programa de comunicación “Bertan duzu”. **100.000 €**
- Programa de incentivos para visitar Gipuzkoa. **600.000 €**
- Programa de dinamización “Divulgando Gipuzkoa 2021”. **100.000 €**
- Programa de posicionamiento de la oficina de turismo de Gipuzkoa como eje vertebrador de la dinamización territorial. **300.000 €**



2.1 PRIMER EJE: PROTEGER



El sector turístico se compromete a priorizar las personas y su bienestar, por lo que la respuesta turística debe ser moderada, coherente y proporcional a la amenaza de la salud pública.

No sabemos cuándo veremos el final de esta crisis, pero ante el riesgo de muchos puestos de trabajo es necesario **reforzar los mecanismos de supervivencia de las empresas** en un futuro próximo, **adoptar medidas económicas urgentes para proteger el empleo y apoyar las actividades de las empresas.**



2.1.1 PROTEGER: COVID-19: PROGRAMA DE APOYO A AUTÓNOMOS Y PYMES DEL SECTOR TURISMO



300.000 €



- **Objetivo:** Subvenciones para el apoyo a autónomos y pequeñas empresas del sector de servicios turísticos para hacer frente a los gastos originados por el COVID-19.
- **Receptores/as:** Autónomos y pequeñas empresas de menos de 10 trabajadores cuya actividad principal sea alguna de las siguientes: agencias receptoras de turismo, guías turísticos y empresas de turismo activo.
- **Periodo:** abril-mayo 2020



2.1.2 PROTEGER: SUBVENCIONES NOMINATIVAS DE AGENTES TURÍSTICOS



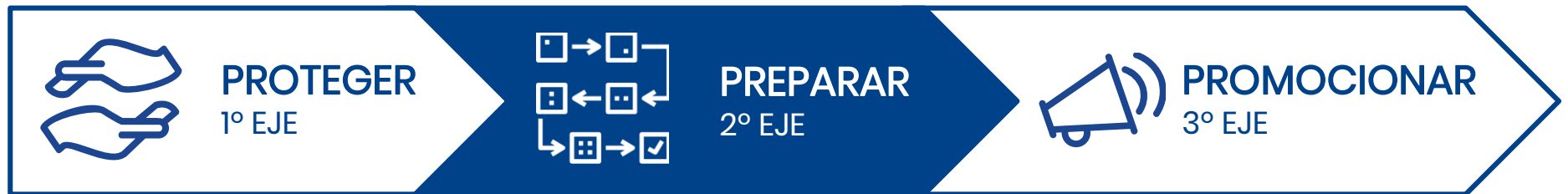
600.000 €



- **Objetivo:** Subvenciones a entidades que tengan una subvención nominativa para hacer frente a los gastos generados por COVID-19.
- **Receptores/as:** las entidades que tengan una subvención nominativa en los presupuestos del año 2020 de la Dirección de Turismo.
- **Periodo:** marzo-mayo 2020.



2.2 SEGUNDO EJE: PREPARAR



Ante esta gran crisis, el sector debe **prepararse ante los nuevos retos** generados por el COVID-19.

Es de esperar que la crisis y sus consecuencias afecten **a las prioridades y preocupaciones de las personas visitantes**, así como **a sus recursos y comportamientos**.

En consecuencia, **la oferta turística también deberá reinventarse y adaptarse** a las necesidades de un nuevo tiempo y de una nueva forma de entender el turismo.



2.2.1 PREPARAR: PROGRAMA PARA LA CREACIÓN DE ENTORNOS SEGUROS

 **100.000 €**



- **Objetivo:** Generar estudios, iniciativas, protocolos, etc. que garanticen la seguridad de la oferta turística y de los servicios que ofrece el sector.
- **Beneficiarios/as:** Asociaciones de empresas turísticas de Gipuzkoa.
- **Periodo:** desde mayo 2020 hasta fin de año.



2.2.2 PREPARAR: PROGRAMA DE REARRANQUE POST COVID-19



200.000 €

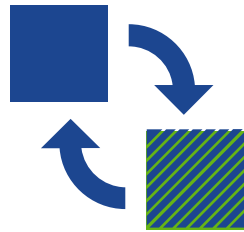


- **Objetivo:** Facilitar estudios, servicios de asesoramiento, etc. para definir los puntos clave de la vuelta a la actividad, tales como reorganización del negocio, revisiones, ajustes de producto, nivel de precios, mensajes más adecuados, etc.
- **Receptores/as:** Asociaciones de empresas turísticas y agentes turísticos de Gipuzkoa.
- **Periodo:** desde mayo 2020 hasta fin de año



2.2.3 PREPARAR: PROGRAMA PARA VOLVER A DESCUBRIR Y DETECTAR CAMBIOS EN MERCADOS

 **100.000 €**



- **Objetivo:** Comprender a través de estudios específicos los posibles cambios en las prioridades de las personas y en el comportamiento post-crisis para restablecer la confianza y estimular la demanda: estudios de mercado, estudio de tendencias de consumo... Inicialmente mercados de proximidad y posteriormente mercados internacionales estratégicos.
- **Receptores/as:** Asociaciones de empresas turísticas y agentes turísticos de Gipuzkoa
- **Periodo:** desde mayo 2020 hasta fin de año



2.3 TERCER EJE: PROMOCIONAR



Tras paliar los efectos inmediatos de la crisis y clarificar el nuevo escenario, se deberán poner en marcha programas de promoción turística.

En este punto será de vital importancia integrar los beneficios sociales del turismo y sensibilizar a la población sobre la necesidad e importancia de consumir productos locales.

La revitalización del sector turístico requiere, en primer lugar, la colaboración y el compromiso de las personas residentes en Gipuzkoa y, posteriormente, la captación de personas visitantes del resto de Euskal Herria, del Estado y extranjeras.



2.3.1 PROMOCIONAR: PROGRAMA DE COMUNICACIÓN “BERTAN DUZU”

 **100.000 €**



- **Objetivo:** Campañas orientadas a generar expectativas y estimular el conocimiento y consumo de Gipuzkoa, sensibilizando sobre la atractiva oferta turística y el beneficio social y económico local, en primer lugar a personas residentes en Gipuzkoa, Euskal Herria y en el Estado.
- **Equipo de trabajo:** Gobierno Vasco, Ayuntamientos y Comarcas.
- **Periodo:** desde junio 2020 en adelante.



2.3.2 PROMOCIONAR: PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA VISITAR GIPUZKOA



600.000 €



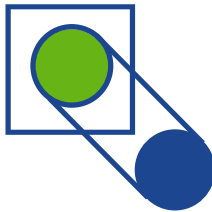
- **Objetivo:** Creación de eventos, actividades, itinerarios, concursos, promociones, etc. para la promoción del consumo local.
- **Receptores/as:** Asociaciones de empresas turísticas de Gipuzkoa, Ayuntamientos y Comarcas.
- **Periodo:** desde mayo 2020 en adelante



2.3.3 PROMOCIONAR: PROGRAMA DE DINAMIZACIÓN “DIVULGANDO GIPUZKOA 2021”



100.000 €



- **Objetivo:** Promover la organización de famtrip, presstrip, workshop, visitas de bloggers, etc. de cara al año 2021, para dar a conocer y promocionar las peculiaridades de Gipuzkoa en los mercados prioritarios.
- **Periodo:** septiembre 2020 en adelante.



2.3.4 PROMOCIONAR: PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO DE LA OFICINA DE TURISMO DE GIPUZKOA COMO EJE VERTEBRADOR DE LA PROMOCIÓN TERRITORIAL

 **300.000 €**



- **Objetivo:** Dirigir a residentes y empresas del territorio a la oficina de turismo de Gipuzkoa (de forma directa o virtualmente) para conocer o proponer iniciativas, recibir o difundir información. Evolución de la Oficina de Turismo, lugar de encuentro para la colaboración empresarial, impulsor de emprendizaje y de nuevos proyectos, centro de incubación de proyectos turísticos innovadores.
- **A quién va dirigido:** habitantes y empresas de Gipuzkoa
- **Periodo:** desde mayo 2020 hasta fin de año



RESUMEN PRESUPUESTARIO DEL PLAN DE CRISIS PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN GIPUZKOA

	1º EJE: PROTEGER	900.000 €
	COVID-19: PROGRAMA DE APOYO A AUTÓNOMOS Y PYMES DEL SECTOR TURISMO	300.000 €
	PROGRAMA DE SUBVENCIONES NOMINATIVAS DE AGENTES TURÍSTICOS	600.000 €
	2º EJE: PREPARAR	400.000 €
	PROGRAMA PARA LA CREACIÓN DE ENTORNOS SEGUROS.	100.000 €
	PROGRAMA DE REARRANQUE POST COVID-19	200.000 €
	PROGRAMA PARA VOLVER A DESCUBRIR Y DETECTAR CAMBIOS EN MERCADOS.	100.000 €
	3º EJE: PROMOCIONAR	1.100.000 €
	PROGRAMA DE COMUNICACIÓN “BERTAN DUZU”.	100.000 €
	PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA VISITAR GIPUZKOA.	600.000 €
	PROGRAMA DE DINAMIZACIÓN “DIVULGANDO GIPUZKOA 2021”.	100.000 €
	PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO DE LA OFICINA DE TURISMO DE GIPUZKOA COMO EJE VERTEBRADOR DE LA DINAMIZACIÓN TERRITORIAL	300.000 €
TOTAL		2.400.000 €

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Diputación Foral
de Gipuzkoa



ETORKIZUNA
ORAIN
Es futuro

**Con el esfuerzo y la colaboración de
todas y todos, saldremos adelante.**

www.gipuzkoa.eus