

IMPACTO DA CRISE DO COVID-19 NO TURISMO ACTIVO GALEGO

1. INFORME DE RESULTADOS DA CONSULTA A EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO DE GALICIA
2. PETICIÓN S ÁS ADMINISTRACIÓN S PÚBLICAS PARA A MELLOR PARTICIPACIÓN DAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO NA RECUPERACIÓN ECONÓMICA POST CRISE

17 abril 2020



O presente traballo foi impulsado pola ASOCIACIÓN GALEGA DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO, AVENTURA E NATUREZA, e deseñado e elaborado polo equipo técnico de GOODLIFE Consultores, asistencia técnica da asociación.



Índice de contidos:

I. RESULTADOS CONSULTA SECTORIAL.....	2
1. INTRODUCCIÓN	2
2. RESULTADOS DAS ENQUISAS	3
Bloque I: CARACTERIZACIÓN DAS EMPRESAS QUE RESPONDERON Á ENQUIZA	3
• SERVIZOS PRINCIPAIS.....	3
• PROVINCIA.....	3
• FORMA XURÍDICA	3
Bloque II: SITUACIÓN ACTUAL E NECESIDADES.....	5
• SITUACIÓN ACTUAL DA EMPRESA	5
• MEDIDAS PARA PALIAR OS EFECTOS ECONÓMICOS DA CRISE	6
• ESTIMACIÓN DE PERDAS NOS MESES DE CONFINAMENTO (MARZO-ABRIL).....	7
• NECESIDADES MÁIS URXENTES PARA AGUANTAR OU REMONTAR A SITUACIÓN	8
Bloque III: PERSPECTIVAS.....	9
• PERSPECTIVAS SOBRE A ACTIVIDADE DA EMPRESA ATA FINAL DE ANO.....	9
• ESTIMACIÓN DE PERDAS NOS VINDEIROS MESES (MAIO-AGOSTO, TEMPADA ALTA)	10
• MUDANZAS OU CAMBIOS PREVISTOS NA ACTIVIDADE DA EMPRESA.....	11
Bloque IV: OPORTUNIDADES.....	13
• OPORTUNIDADES DE POTENCIACIÓN DO TURISMO ACTIVO GALEGO ANTE ESTA SITUACIÓN	13
• MOTIVOS	14
• PAPEL DE AGETAN COMO ASOCIACIÓN ANTE ESTA CRISE	16
• OUTRAS IDEAS OU APORTACIÓNS	17
II. PETICIÓNS DO SECTOR ÁS ADMINISTRACIÓNS PÚBLICAS.....	19



I. RESULTADOS DA CONSULTA SOBRE A SITUACIÓN DO SECTOR DO TURISMO ACTIVO EN GALICIA DURANTE A CRISE COVID-19

1. INTRODUCCIÓN

O presente informe é o resultado das enquisas realizadas a empresas de turismo activo de Galicia entre o 3 e o 7 de abril do 2020, co obxectivo de obter un maior coñecemento **do impacto da crise do COVID-19 no sector do turismo activo galego**.

Para iso, dende a **Asociación Galega de Empresas de Turismo Activo, Aventura e Natureza (AGETAN)** deseñouse o seguinte cuestionario para a recollida de información a nivel cuantitativo e cualitativo: https://bit.ly/AGETAN_Covid19

A través desta ferramenta buscouse facer unha recollida de información estandarizada que posibilitase un maior coñecemento da situación das empresas do sector, detectar as necesidades e demandas comúns e, por ende, as necesidades e oportunidades globais do sector do turismo activo galego para facer fronte a esta crise.

O cuestionario foi enviado por correo electrónico e WhatsApp a unha base de datos total de 135 empresas de turismo activo de Galicia, a través do cal se produciron un total de 108 accesos directos (cabe sinalar que en arredor dun 20% dos casos o correo non puido ser entregado ao destinatario, ben porque non se atopou o enderezo, ben por erros no servidor, a pesar de que se trata dunha base de datos oficial). Ao tempo, compartíuse dito cuestionario na páxina de Facebook de AGETAN, a través do cal se produciron 48 accesos. Finalmente recibíronse un total de **50 respostas**.

O obxectivo desta primeira acción do presente traballo, cuxo resultado plasmase no seguinte informe, é promover unha reflexión conxunta para tentar descubrir onde se poden unir esforzos da forma máis efectiva para superar a difícil situación económica que se presenta, unha vez superada a crise sanitaria, que axuden á entidade a discernir as mellores estratexias para afrontar esta crise.

A continuación preséntanse de forma pormenorizada os resultados obtidos.

2. RESULTADOS DAS ENQUISAS

Bloque I: CARACTERIZACIÓN DAS EMPRESAS QUE RESPONDERON Á ENQUISA

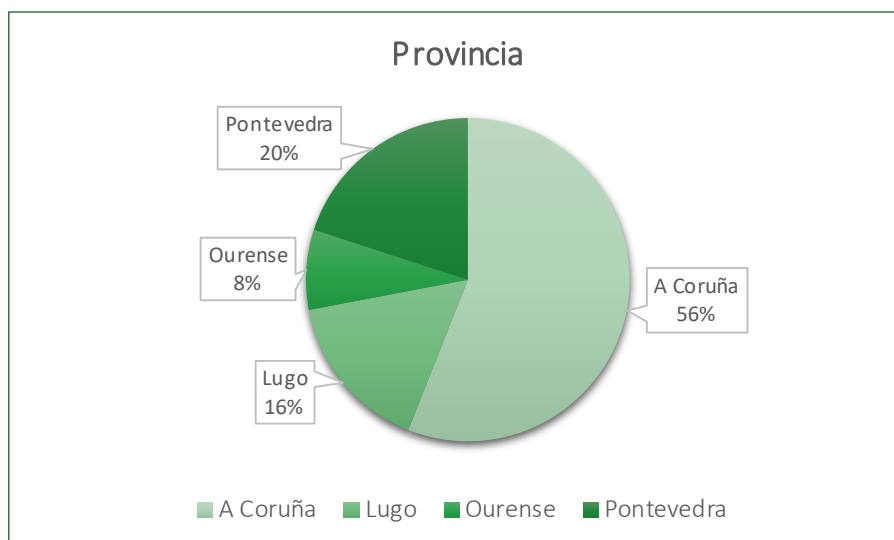
- SERVICIOS PRINCIPAIS

De cara a ter unha caracterización das empresas que responderon ao presente cuestionario, preguntóuselles en primeiro lugar os tipos de servizos que prestaban. A través da análise das respostas obtidas, pode establecerse a seguinte clasificación aproximada canto ao tipo de servizos principais prestados:

- Actividades de aventura (rafting, kaiak, barranquismo, espeoloxía, puenting, paintball): 24% do total
- Servizos relacionados con actividades de surf (escuela de surf, surf camp, rutas en paddle surf, etc.): 26% do total
- Multiaventura, albergue, actividades deportivas, campamentos...: 20% do total
- Actividades de natureza, experiencias, rutas guiadas...: 10% do total
- Actividades náuticas (chárter náutico, rutas en barco, mergullo...): 8% do total

Cabe sinalar que a enquisa podía cubrirse de forma anónima, polo que nun 12% das respostas non se especifican os servizos que prestan.

- PROVINCIA



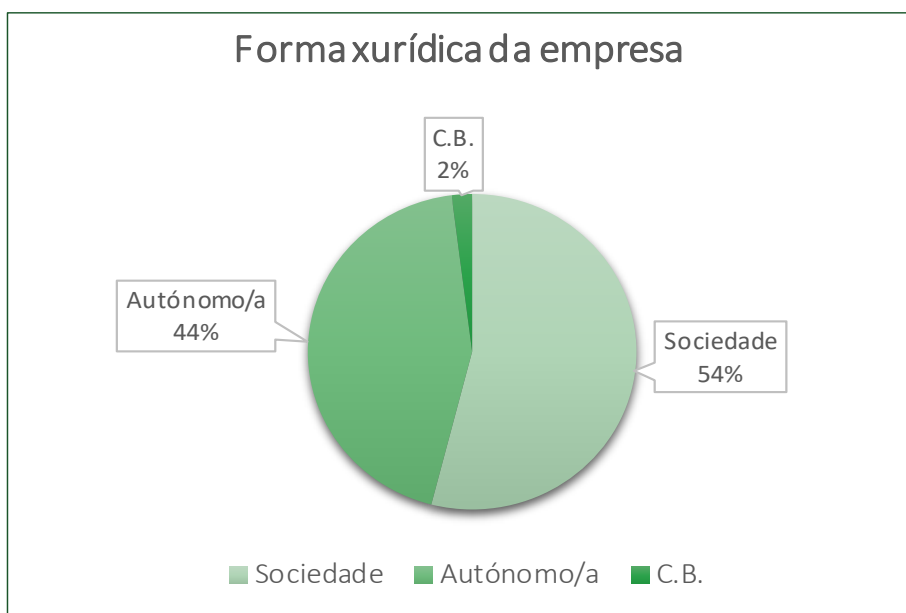
Táboa 1: Provincia

P: Provincia	Total	Porcentaxe
A Coruña	28	56%
Lugo	8	16%
Ourense	4	8%
Pontevedra	10	20%
Total	50	100%

Fonte : Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Canto á provincia, un 56% das empresas que responderon teñen sede social na provincia da Coruña, con diferenza a provincia que recolle un maior número de empresas; síguelles en orde de importancia Pontevedra, cun 20% das respostas, despois encontraríase Lugo, cun 16% e, por último, Ourense, cun 8% do total.

- FORMA XURÍDICA



Táboa 2: Forma xurídica da empresa

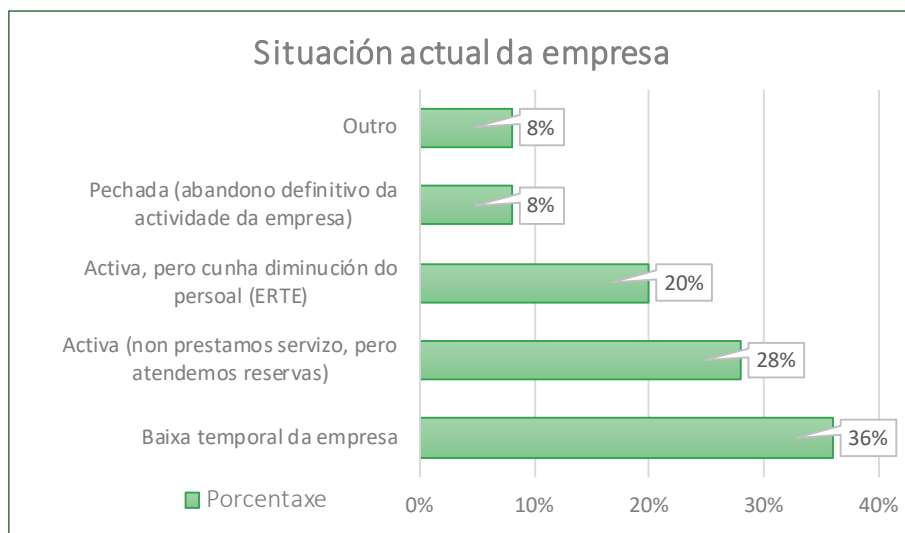
P: Forma xurídica da empresa	Total	Porcentaxe
Sociedade	27	54%
Autónomo/a	22	44%
C.B.	1	2%
Total	50	100%

Fonte : Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Respecto á forma xurídica da empresa, obsérvase que mais da metade son sociedades, mentres que o resto son autónomos.

Bloque II: SITUACIÓN ACTUAL E NECESIDADES

- SITUACIÓN ACTUAL DA EMPRESA



5

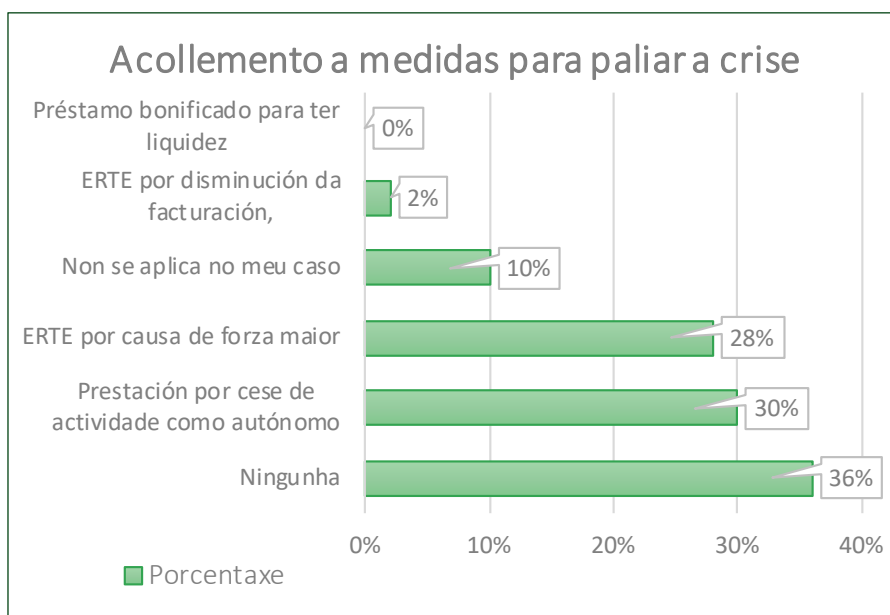
Táboa 3: Situación actual da empresa

P: Cal é a situación actual da empresa?	Total	Porcentaxe
Baixa temporal da empresa	18	36%
Activa (non prestamos servizo, pero atendemos reservas)	14	28%
Activa, pero cunha diminución do persoal (ERTE)	10	20%
Pechada (abandono definitivo da actividade da empresa)	4	8%
Outro	4	8%
Total	50	100%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Como detalla o gráfico anterior, un **44% das empresas están en situación de baixa**, ben temporal (36% do total), ben definitiva (8% do total), ao que se engade unha porcentaxe dun **20% máis** que, aínda que permanecen activas, acolléronse a unha situación de **ERTE**. Así pois, poden observarse a través destes datos as elevadas taxas de inactividade nas que se atopa o sector do turismo activo en Galicia neste momento.

- MEDIDAS PARA PALIAR OS EFECTOS ECONÓMICOS DA CRISE



6

Táboa 4: Acollemento a medidas para paliar os efectos económicos da crise

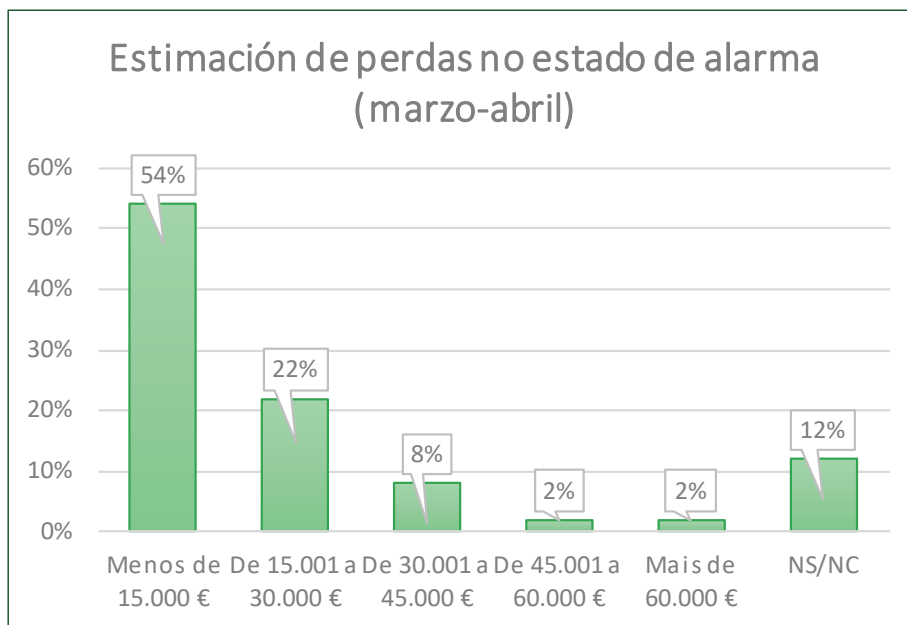
P: Acollícheste como autónomo ou empresa a algún dos beneficios económicos implantados polo Goberno ou a Xunta para paliar os efectos económicos da crise (multirresposta)

	Total	Porcentaxe
Ningunha	18	36%
Prestación por cese de actividade como autónomo	15	30%
ERTE por causa de forza maior	14	28%
Non se aplica no meu caso	5	10%
ERTE por diminución da facturación,	1	2%
Préstamo bonificado para ter liquidez	0	0%
Total respostas	53	106%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Respecto ao acollemento a algún dos beneficios económicos implantados polo Goberno ou a Xunta de Galicia, maioritariamente aquelas que puideron acolléronse a algún tipo de beneficio, sendo os máis frecuentes a **prestación por cese de actividade como autónomo (30%)** e **os ERTEs por causa de forza maior (28%)**. No entanto, chama tamén a atención a elevada porcentaxe de empresas que non se acolleron a ningunha das medidas presentadas, un 36% do total.

- ESTIMACIÓN DE PERDAS NOS MESES DE CONFINAMENTO (MARZO-ABRIL)



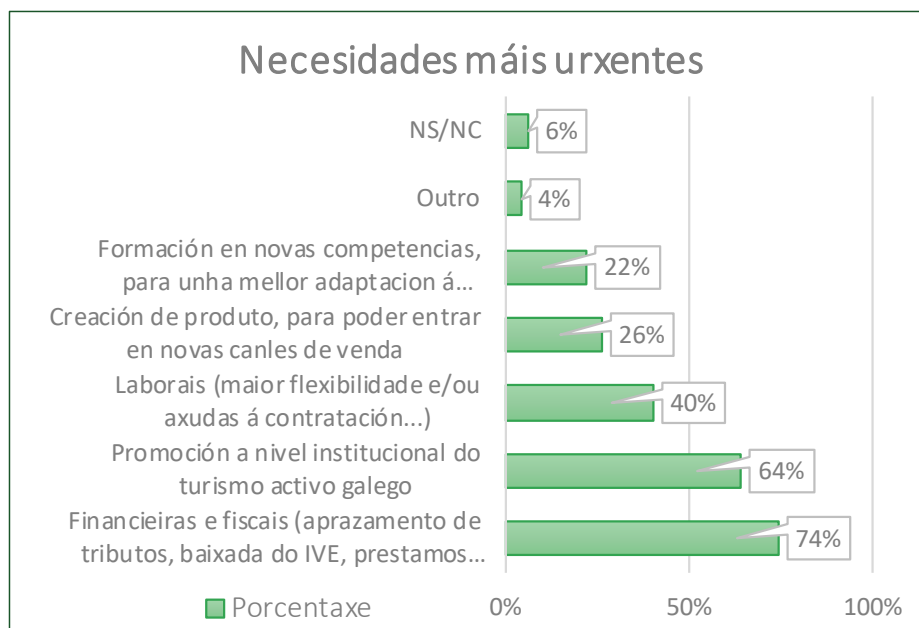
Táboa 5: Estimación de perdas en ingresos nos meses do confinamento (marzo-abril)

P: Qué ingresos estimas deixache de ter dende a activación do estado de alarma (14 marzo) en actividades a realizar en marzo e abril?	Total	Porcentaxe
Menos de 15.000 €	27	54%
De 15.001 a 30.000 €	11	22%
De 30.001 a 45.000 €	4	8%
De 45.001 a 60.000 €	1	2%
Mais de 60.000 €	1	2%
NS/NC	6	12%
Total	50	100%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Respecto aos ingresos estimados que se deixaron de percibir por causa da activación do estado de alarma, obsérvase que **maioritariamente (54%)** as empresas manifestan encadrarse en **menos de 15.000 €**, o tramo máis baixo dos presentados. Isto é consecuente co **pequeno tamaño de moitas das empresas que caracterizan o sector**, como amosa o feito de que case a metade das mesmas teñan a forma xurídica de autónomos. Outro **22%** manifestan perder entre **15.000 e 30.000 € de facturación**, e un **8%** entre **30.000 e 45.000 €**. O feito de que o estado de confinamento coincidise en primavera, cando moitas destas empresas comezan a ter unha importante actividade, e máis aínda coincidindo coas vacacións de Semana Santa e varias pontes, xustifican estas importantes perdas.

- NECESIDADES MÁIS URXENTES PARA AGUANTAR OU REMONTAR A SITUACIÓN



Táboa 6: Necesidades máis urxentes para aguantar ou remontar a situación

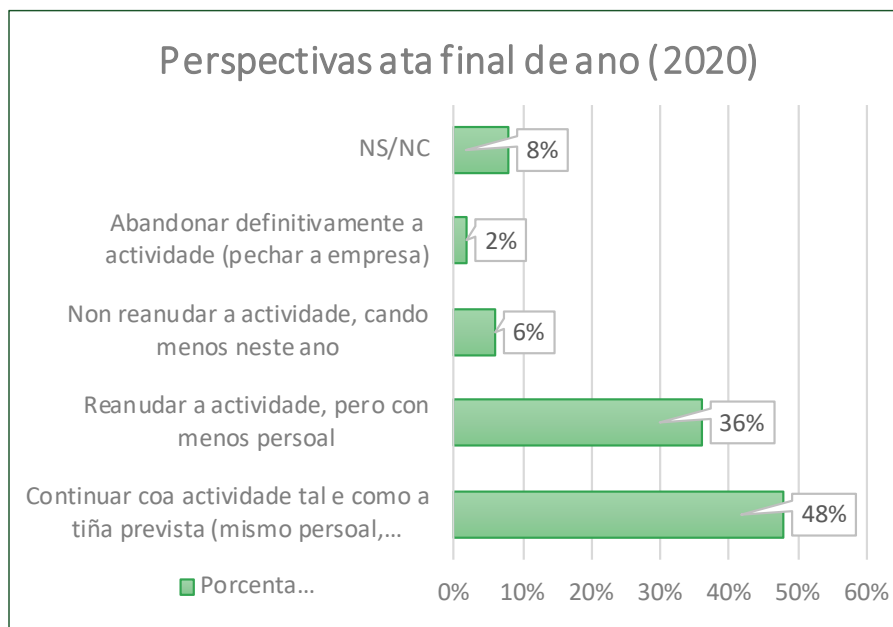
P: Cales serían as necesidades máis urxentes que tes como empresa para poder aguantar ou remontar esta situación? (multiresposta)

	Total	Porcentaxe
Financeiras e fiscais (aprazamento de tributos, baixada do IVE, prestamos ou xuros a baixo custo para dispoñer de tesourería...)	37	74%
Promoción a nivel institucional do turismo activo galego	32	64%
Laborais (maior flexibilidade e/ou axudas á contratación...)	20	40%
Creación de produto, para poder entrar en novas	13	26%
Formación en novas competencias, para unha mellor adaptación á situación (teletraballo, estratexias de promoción online, etc)	11	22%
Outro	2	4%
NS/NC	3	6%
Total respostas	118	236%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Preguntados polas **necesidades máis urxentes** para aguantar ou remontar a situación, un **74% das empresas** manifiestan preferencia por medidas de carácter financeiro ou fiscal (aprazamento de tributos, baixada do IVE, prestamos ou xuros a baixo custo para dispoñer de tesourería...), seguidas da **promoción a nivel institucional do turismo activo galego**, que aglutina un **64% das respostas**. En terceiro lugar as empresas decántanse por medidas de carácter laboral (maior flexibilidade e/ou axudas á contratación...), sinaladas por un 40% das respostas, e en cuarto lugar demándase a creación de produto para poder acceder a novas canles de comercialización, sinalado por un 26% dos enquisados.

- PERSPECTIVAS SOBRE A ACTIVIDADE DA EMPRESA ATA FINAL DE ANO



Táboa 7: Perspectivas ata final de ano

P: Que perspectivas tes sobre a actividade da empresa de cara ao que resta de ano (2020), no caso de que o confinamento acabe antes do verán

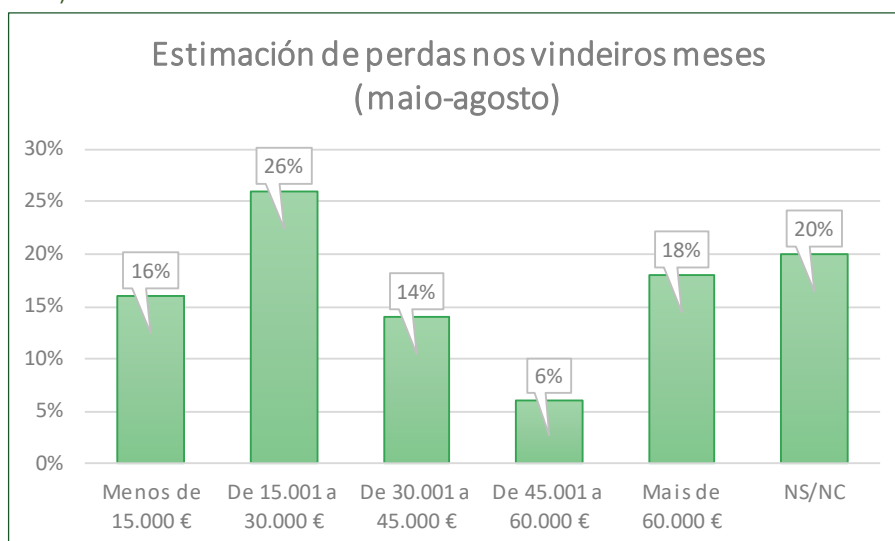
	Total	Porcentaxe
Continuar coa actividade tal e como a tiña prevista (mismo persoal, mesmos tipos de servizos)	24	48%
Reanudar a actividade, pero con menos persoal	18	36%
Non reanudar a actividade, cando menos neste ano	3	6%
Abandonar definitivamente a actividade (pechar a empresa)	1	2%
NS/NC	4	8%
Total	50	100%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Respecto das **perspectivas da actividade da empresa para o que resta de ano**, as empresas manifestan que **maioritariamente teñen pensado seguir coa actividade, ben tal e como a tiñan prevista (48% do total)**, ben retomando a actividade aínda que **cunha redución no persoal e servizos (36% do total)**. Se a esta última porcentaxe engadimos ás empresas que manifestan que non teñen pensado reanudar a actividade cando menos neste ano (6% do total), que abandonan definitivamente a actividade (2%) ou que manifestan dúbidas sobre si poderán

facelo ou como (8% do total), obsérvase que a **redución de actividade e emprego no sector do turismo activo galego vai ser moi importante nun futuro inmediato.**

- ESTIMACIÓN DE PERDAS NOS VINDEIROS MESES (MAIO-AGOSTO, TEMPADA ALTA)



Táboa 8: Perdas estimadas en tempada alta

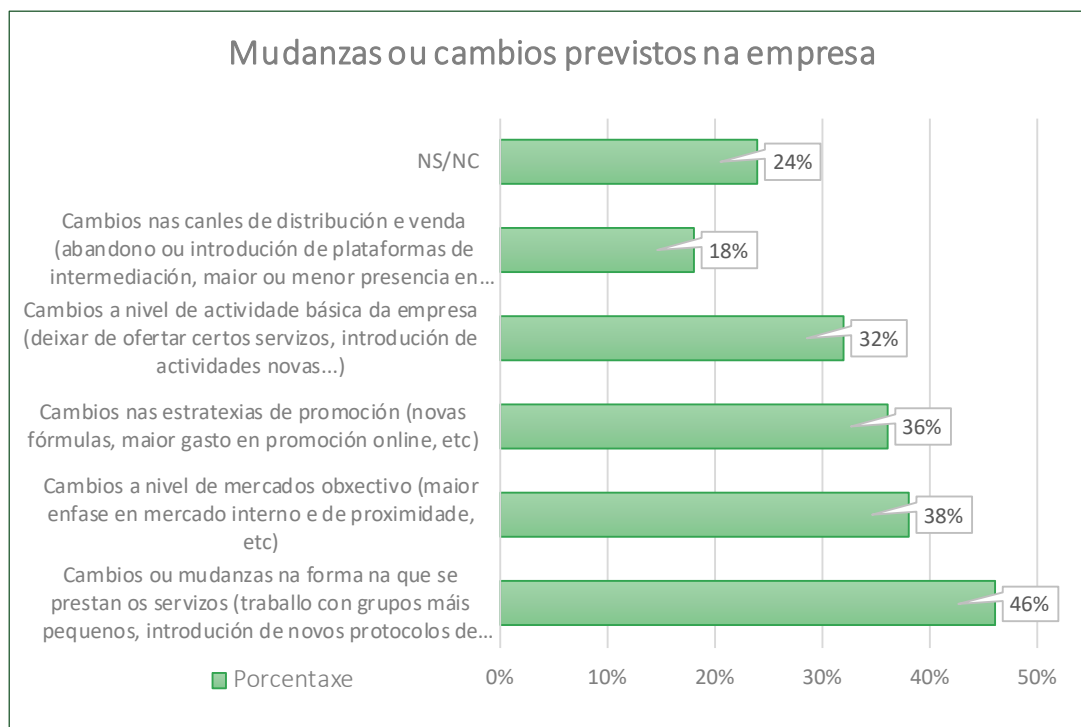
P: Qué ingresos estimas deixarás de ter dende a activación do estado de alarma (14 marzo) en actividades a realizar nos meses de maio, xuño, xullo e agosto?

	Total	Porcentaxe
Menos de 15.000 €	8	16%
De 15.001 a 30.000 €	13	26%
De 30.001 a 45.000 €	7	14%
De 45.001 a 60.000 €	3	6%
Mais de 60.000 €	9	18%
NS/NC	10	20%
Total	50	100%

Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Preguntados polas perdas que estiman ter na vindeira campaña de verán, obsérvase que as **porcentaxes están máis repartidas, situándose a maior porcentaxe de empresas (26%) nunha redución da facturación de entre 15.000 e 30.000 €, seguida daquelas que manifestan unha redución de máis de 60.000 € (18%), e das que prevén unha redución de entre 30.000 e 45.000 € (14%).** Apreciase tamén a elevada porcentaxe de empresas que non saberían contestar á pregunta (20%), froito da **elevada incerteza da situación actual.**

- MUDANZAS OU CAMBIOS PREVISTOS NA ACTIVIDADE DA EMPRESA



Táboa 9: Mudanzas ou cambios previstos na actividade da empresa

P: No caso de que teñas decidido ou previsto que se produzan mudanzas ou cambios na actividade da empresa a partir desta situación, de que tipo serían? (multirresposta)

	Total	Porcentaxe
Cambios ou mudanzas na forma na que se prestan os servizos (traballo con grupos máis pequenos, introdución de novos protocolos de seguridade e hixiene, mudanzas nas condicións de cancelación e reserva, etc)	23	46%
Cambios a nivel de mercados obxectivo (maior enfoque en mercado interno e de proximidade, etc)	19	38%
Cambios nas estratexias de promoción (novas fórmulas, maior gasto en promoción online, etc)	18	36%
Cambios a nivel de actividade básica da empresa (deixar de ofertar certos servizos, introdución de actividades novas...)	16	32%
Cambios nas canles de distribución e venda (abandono ou introdución de plataformas de intermediación, maior ou menor presenza en axencias, etc)	9	18%
NS/NC	12	24%
Total respostas	97	194%

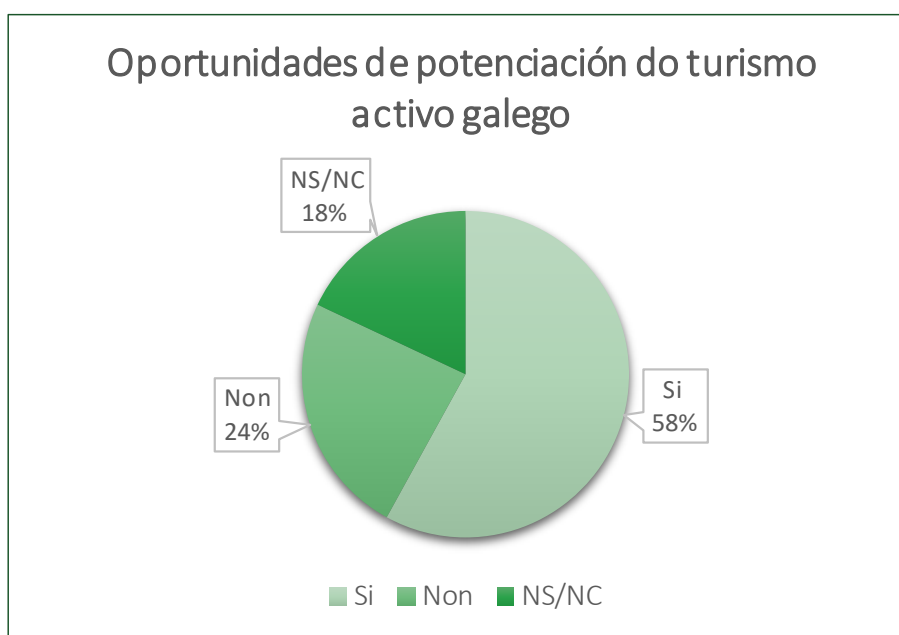
Fonte: Elaboración propia a partir de enquisas a empresas

A pesar desta elevada incerteza parece claro que as empresas asumen xa que terán que facer algún tipo de cambio na súa actividade para poder facer fronte á situación.

Preguntadas por estes cambios, practicamente a metade das respostas (46%) prevén que deberán realizar **cambios ou mudanzas na forma na que se prestan os servizos (traballo con grupos máis pequenos, introdución de novos protocolos de seguridade e hixiene, mudanzas nas condicións de cancelación e reserva, etc.)**. As empresas tamén manifestan nunha elevada

porcentaxe (38%) que deberán facer **cambios a nivel de mercados obxectivo (maior énfase en mercado interno e de proximidade, etc.)**, e consecuentemente con isto último, tamén un 36% manifestan que farán **cambios nas estratexias de promoción (novas fórmulas, maior gasto en promoción online, etc.)** Por último, non resulta deseñábel tampouco a porcentaxe de empresas (32%) que manifestan que deberán facer **cambios a nivel de actividade básica da empresa** (deixar de ofertar certos servizos, introdución de actividades novas...), e tamén daquelas que manifestan aínda non saber que tipo de mudanzas terán que asumir para poder remontar esta situación, supoñendo máis dun cuarto do total de respostas (24%).

- OPORTUNIDADES DE POTENCIACIÓN DO TURISMO ACTIVO GALEGO ANTE ESTA SITUACIÓN



Táboa 10: Oportunidades turismo activo

P: Consideras que o sector do turismo activo galego ten unha oportunidade de potenciarse nesta situación?

	Total	Porcentaxe
Si	29	58%
Non	12	24%
NS/NC	9	18%
Total	50	100%

Fonte : Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

Preguntadas por se consideran que o turismo activo galego ten unha oportunidade de potenciarse nesta situación, as empresas maioritariamente responden afirmativamente (58% do total). Case un cuarto das mesmas (24%) consideran que non, e o 18% restante manifestan non sabelo. É de destacar así que, a pesares da dureza coa que esta crise está golpeando ao sector, e da elevada incerteza que envolve a situación actual, as empresas do sector ven oportunidades nesta crise de remontar e potenciar a actividade do turismo activo, de aventura e natureza galego.

- MOTIVOS

Preguntados polos motivos das respostas, os argumentos máis esgrimidos poden agruparse nas seguintes causas:

A) Entre os que creen que non existen oportunidades de potenciación do turismo activo galego:

- **Situación conxuntural no sector turístico:** restricións nas actividades, medo a viaxar, baixada de reservas, diminución no nivel de gasto pola baixada de ingresos familiares...
- **Situación xeral das empresas do turismo activo galego, que podan impedir resistir ou remontar a actual situación:** perda de ingresos, falta de liquidez, competencia doutras zonas...

14

Transcrición literal das respostas daquelas empresas que NON consideran que existan oportunidades para o turismo activo galego ante esta situación:

- Medo o gasto
- Hemos perdido liquidez e ingreso de inicio de temporada
- A disminución do poder adquisitivo da clase media, vai facer que sexamos o servizo máis prescindible incluso entre a xente que finalmente poida seguir viaxando. Isto unido a competencia doutras zonas a nivel nacional e do intrusismo que reina na nosa comunidade autónoma dende concellos, clubs, Federacions e asociacións, vainos os meter nunha guerra de prezos na que non temos nada que gañar.
- A caída das reservas no turismo será importante por diversos motivos: medo, restricións,...
- Vai a haber empresas que non remonten este parón. E aquelas que remonten será, como moi pronto, no 2021
- A crise é xeral
- Atopámonos con nova e severa crise a nivel internacional. Racionalmente se recorta en gastos de segunda o terceira necesidade. É o momento de reinventar o turismo e o activo en particular e de retomar a discusión do novo decreto antes de sacarlo. Do meu punto de vista o concepto "activo" xa non ten sentido.
- Non vexo oportunidades nunha situación na que non se poden levar a cabo actividades
- Creo que hasta el verano del 2021 el turismo no tiene ninguna oportunidad
- Nas condicións actuais intentaremos sobrevivir, pensar que isto se poida potenciar nesta situación e ciencia ficción

B) Entre os que pensan que sí existen oportunidades de potenciación do turismo activo galego.

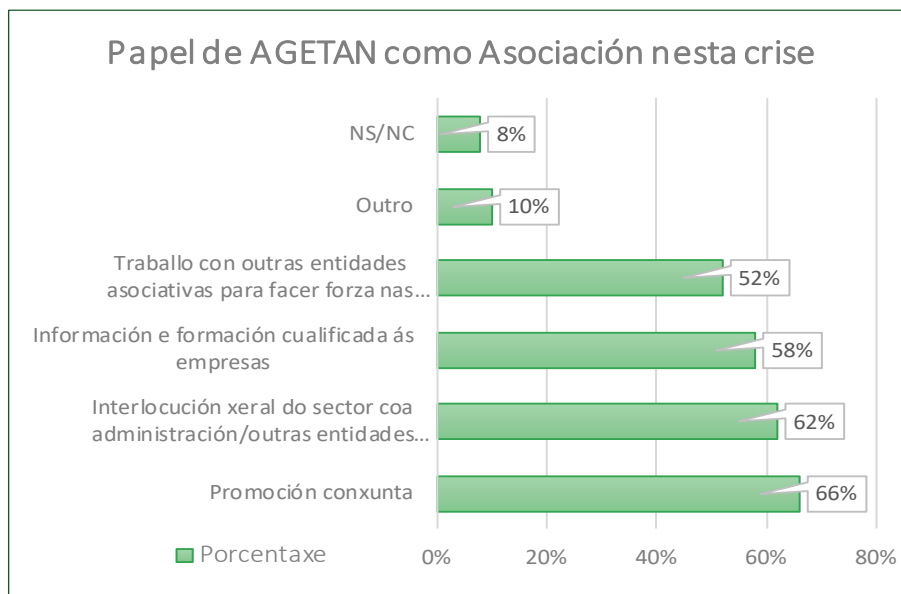
- Incremento do **turismo de natureza e do turismo activo en espazos naturais** fronte a outro tipo de modalidades turísticas.
- Mudanza nos hábitos de consumo, con **preferencia de actividades que se realizan en grupos reducidos** a actividades masivas ou grandes concentracións
- **Aumento das viaxes a nivel nacional e interno**, ben por preferencias á hora de viaxar en condicións de seguridade, ben por solidariedade
- **Características diferenciais de Galicia e os seus espazos naturais:** dispersión da poboación, núcleos pequenos, espazos naturais abertos e amplos, non masificados, como as praias.
- **Calidade do produto do turismo activo galego.**
- **Confianza nas políticas de apoio da administración.**

Transcripción literal das respostas daquelas empresas que Sí consideran que existan oportunidades para o turismo activo galego ante esta situación:

- Pola particularidade do tipo de servizo e a tendencia que se espera.
- Sendo unha crise a nivel global, penso que os destinos en países onde os servizos son máis asequibles, poderían atraer turismo e posicionamento se hai unha estratexia clara, a nivel gubernamental.
- Hay que deixar claro a lo que nos dedicamos y aprovechar la circunstancia para corregir actividades de otros que no pertenecen al sector del turismo activo o de aventura.
- Venda de turismo interno
- Os hábitos de consumo de viaxe posiblemente cambien ó longo do 2020, viaxando menos, con viaxes internas dentro do país e da propia comunidade autónoma, e os usuarios preferirán actividades na natureza e grupos pequenos que macroeventos ou actividades para grandes grupos.
- Incremento del turismo nacional y turismo de naturaleza
- Espacios Naturales abiertos
- Porque aquí la población es más dispersa y evitaremos contagios. Además tenemos playas muy extensas que nos permiten distancias de seguridad
- Por que estamos ante una situación de crisis económica y tenemos la oportunidad de subir nuestro turismo a bajo coste
- Mercado de proximidad, entorno aire libre , naturaleza
- Toda oportunidad es buena debe aprovecharse, la seguridad está ahora en las costas como la nuestra
- De como se faga unha futura promoción conxunta, depende o levantar isto
- Tenemos buen producto
- Por que a xente estase a concienciar de consumir no país despois de crise, e unha oportunidade para promocionarnos
- Porque hasta ahora el sector de turismo activo en concreto no estaba.

- Entendo que se vai dar un efecto de potenciación do consumo do turismo interior e Galicia é un destino completo e multidisciplinar interesante para toda a península
- Porque es un destino con poca masificación y es posible que se registre una bajada en las visitas a las grandes ciudades, por ejemplo.
- Polo valor engadido do territorio, mar, natureza...
- Tengo la seguridad de que por una vez la administración nos echará un cable con la promoción.
- Potenciar o turismo nacional mais que nunca
- Es una buena oportunidad para que todo el país, por empatía, apoye el sector turístico nacional y viajar dentro del territorio es la mejor forma. Creo que menos gente se irá de vacaciones en verano este año, pero la que se vaya de vacaciones lo hará en España. Ese es nuestro público objetivo. Hay que mostrar Galicia como un lugar seguro, lejos de las aglomeraciones de otras CCAA
- Por ser un destino novedoso, non sobreexplotado
- Non temos case enfermos.
- Somos unha zona tranquila. Poucos habitantes, zona de relax, calma, ...

• PAPEL DE AGETAN COMO ASOCIACIÓN ANTE ESTA CRISE



Táboa 11: Papel de AGETAN como Asociación nesta crise

P: Que cres que pode aportar AGETAN como Asociación para mellorar esta situación? (multirresposta)	Total	Porcentaxe
Promoción conxunta	33	66%
Interlocución xeral do sector coa administración/outras entidades (CLUSTER, etc)	31	62%
Información e formación cualificada ás empresas	29	58%
Traballo con outras entidades asociativas para facer forza nas reivindicacións (ANETA, outras asociacións sectoriais galegas, etc)	26	52%
Outro	5	10%
NS/NC	4	8%
Total respostas	95	190%

Fonte : Elaboración propia a partir de enquisas a empresas de TA de Galicia (3-7 abril 2020)

As empresas consideran que a principal labor de AGETAN debe ser a **promoción conxunta (66% do total)**, a interlocución xeral do sector coa administración/outras entidades (62% do total), a información e formación cualificada ás empresas (58% do total) e o traballo con outras entidades asociativas para facer forza nas reivindicacións (ANETA, outras asociacións sectoriais galegas, etc.), sinalada por máis da metade das empresas (52% do total).

- **OUTRAS IDEAS OU APORTACIÓNS**

Por último o sector ratifica maioritariamente a **necesidade de traballar unidos, e a oportunidade que se presenta ante esta situación de regular e potenciar o sector a través da promoción das actividades e empresas de turismo activo de Galicia.**

Transcrición literal das respostas obtidas na pregunta sobre outras aportacións ou ideas:

- Todos unidos podemos hacer más
- Grazas polo traballo que estades a desenvolver e sorte a todas as compañeiras e compañeiros.
- Que pase esto pronto y a trabajar.
- Hay que tratar de potenciar o turismo da terra, de forma que sexa máis visible tantos en redes sociais como con webs sinxelas.
- Luchar contra el intrusismo profesional en todas sus formas y una promoción real del turismo activo de Galicia.
- Creación dunha marca GALICIA profesional a maiores da institucional
- Proporcionar una base de datos de personal cualificado que se pueda contratar para nuestras actividades
- Estamos para apoyar a todos nuestros compañeros y buscar lo mejor para todos, es difícil saber hasta cuándo va a durar esto y las nuevas normas, cuando tengamos más información nos encantará poner nuestro punto de vista y colaborar con lo que sea.
- Gracias por la iniciativa.

A continuación sintetízanse as **principais conclusións** obtidas a partir da análise dos datos das enquisas a empresas de turismo activo de Galicia, realizadas entre o 3 e o 7 de abril do 2020.

SÍNTESE: PRINCIPAIS CONCLUSIÓN S SOBRE O IMPACTO DA CRISE DO COVID-19 NO TURISMO ACTIVO GALEGO

- Situación actual:
 - Elevadas taxas de inactividade e desemprego nas que se atopa o sector do turismo activo en Galicia neste momento
 - O 46% das empresas están cunha baixa temporal (o 38%), ou definitiva (8% do total).
 - O 46% están activas pero sen prestar servizos, unicamente atendendo posibles reservas.
 - Maioritariamente as empresas acolléronse a algún dos beneficios económicos implantados polo Goberno ou a Xunta de Galicia. Un 28% están en ERTE, un 32% teñen prestación por cese de actividade. Porén, unha elevada porcentaxe de empresas (36%) non se acolleron a ningunha das medidas presentadas.
 - As perdas nas facturacións das empresas son cuantiosas, tanto na situación actual de confinamento (un 28% perderon entre 15 e 45.000 €. Un 56% perderon menos de 15.000 €), como nas previstas para a tempada alta (un 42% estima perder entre 15 e 45.000 €. Un 18% máis de 60.000 €).
- Necesidades máis urxentes:
 - Medidas de carácter financeiro ou fiscal (aprazamento de tributos, baixada do IVE, prestamos ou xuros a baixo custo para dispoñer de tesourería...)
 - Promoción a nivel institucional do turismo activo galego.
 - Medidas de carácter laboral (maior flexibilidade e/ou axudas á contratación).
 - Creación de produto para acceder a novas canles de comercialización.
- Perspectivas:
 - Importante redución da actividade e emprego de cara ao que resta de ano no turismo activo galego, ben por reanudación da actividade cunha redución no persoal e servizos, ben por non reanudación da actividade, temporal ou permanente, ben por descoñecemento sobre si poderán facelo ou como.
 - As empresas asumen que precisarán cambios ou mudanzas nas súas actividades, sendo as máis frecuentes as relacionadas con aspectos de prestación dos servizos, novos mercados e cambios nas estratexias de promoción.
- Oportunidades:
 - A pesares da dureza coa que esta crise está golpeando ao sector, e da elevada incerteza que envolve a situación actual, as empresas do sector ven maioritariamente oportunidades nesta crise de remontar e potenciar a actividade do turismo activo, de aventura e natureza galego (56% do total)
 - Entre os motivos máis esgrimidos para esta visión destacan aspectos xerais nas mudanzas nas preferencias de viaxe (espazos naturais, turismo de natureza, turismo interno...), aspectos diferenciais de Galicia fronte a outros destinos e características xerais do sector.

II. PETICIÓNES ÁS ADMINISTRACIÓN PÚBLICAS PARA A MELLOR PARTICIPACIÓN DAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO NA RECUPERACIÓN ECONÓMICA POST CRISE

Á vista do resultado da enquisa feita a 50 entidades do turismo activo de Galicia, e tras videoconferencia realizada o día 11 de abril entre as persoas representantes de diferentes entidades socias de AGETAN, acordouse trasladar a diferentes administración con competencias en materia de turismo, as seguintes peticións necesarias para que o sector do turismo activo de Galicia poida participar na mellor e rápida recuperación da crise.

Son un total de 20 medidas agrupadas en catro bloques: mellora da competitividade sectorial, ordenación do sector, adaptación post Covid-19 e promoción.

19

1. COMPETITIVIDADE SECTORIAL

- a. Formación
 1. En **novas tecnoloxías**, para a mellora das canles de promo-comercialización das empresas de turismo activo.
- b. Axudas directas
 2. **Subvención para promoción**, de tal forma que cada unha das empresas poidan realizar accións propias de comunicación dirixidas aos seus públicos obxectivos, complementando así as accións de promoción que poida facer a Axencia de turismo de Galicia. Subvención similar ao bono autónomo.
 3. **Subvención do 100% do custo de desinfectar os equipos.**
- c. Axudas indirectas
 4. Respecto á **prestación por cesamento de actividade** por facturación inferior ao 75%, no TA **non se pode aplicar** porque moitas empresas xusto empezaban a traballar en Semana Santa e non teñen ingresos no mes de marzo para comparalo con abril.
 5. A tempada principal de traballo é de abril a setembro. A **obligación** sinalada na Real Decreto-lei 8/2020, do 17 de marzo, de **manter o emprego durante os seguintes 6 meses da aplicación dun ERTE debería eliminarse**, porque dificilmente se podería alongar a campaña de traballo máis aló de outubro.
 6. **IVE reducido ao 10%**, como noutras actividades turísticas.
 7. **Taxas autonómicas: eliminar o pago.**
 8. Nas **subvencións** ordinarias do IGAPE e da Axencia de turismo de Galicia, nas que non sexa así, **favorecer cunha maior puntuación ás empresas de turismo activo.**
 9. **Convenio e subvención a AGETAN** como entidade colaboradora da Xunta de Galicia na promoción e mellora do sector do turismo activo.
 10. Elaboración dun **plan estratéxico do sector.**
 11. Creación da **mesa do turismo activo.**

2. ORDENACIÓN DO SECTOR

- 12. **CNAE/IAE propio de turismo activo.**
- 13. Intrusismo: **incremento da inspección.**
- 14. **Novo decreto:** crear unha mesa de traballo con AGETAN para a súa mellor implementación.

3. ADAPTACIÓN POST COVID

- 15. **Pago do protocolo de desinfección durante o 2020** para empresas de turismo activo. Con este protocolo esta empresa certificaríanos as desinfeccións.
- 16. Consideración da **actividade** prestada polas empresas de turismo activo como **suspendida polo estado de alarma.**

4. PROMOCIÓN

- 17. **Marca Galicia turismo activo:** creación de marca e recursos promocionais. (aproveitar a marca e inercia de Galicia Destino Activo).
- 18. Vincular ao **turismo activo no Xacobeo 2021.**
- 19. **Campaña de turismo activo de proximidade.**
- 20. **Instrumentar a “Semana Outdoor”** (Azul ou verde) entre os centros escolares: acampadas, actividades natureza, turismo activo.



info@agetan.net

[@AgetanOficial](https://www.instagram.com/AgetanOficial)