

Informe sobre la superació de la COVID-19 pel sector turístic de la demarcació de Lleida



Informe sobre la superació de la COVID-19 pel sector turístic de la demarcació de Lleida

■

Anàlisi quantitatiu i qualitatiu a partir de l'enquesta a diverses empreses del sector turístic de la província

Maig 2023

Direcció i autoria de la publicació: **Jaume Macià Amorós**

Publicat per la **Càtedra de Turisme d'Interior i de Muntanya de la Universitat de Lleida i la Diputació de Lleida.**

Direcció de la Càtedra: **Eduard Cristóbal Fransi / Sotsdirecció: Daniel Paül Agustí**

Enquesta realitzada per **Suport 24h (ASPID)**

Gràfics i taules: **Elaboració pròpia a partir de l'enquesta realitzada per Suport 24h**

Treball cartogràfic: **Jaume Macià Amorós**

Amb la col·laboració de:

ÍNDEX

Apartat	Pàgina
Resum executiu	4
1. Introducció i objectiu de l'estudi	5
2. Metodologia	7
3. Principals resultats obtinguts	8
3.1. Característiques de la mostra	8
3.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació	9
3.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)	10
3.4. Afectació en el nombre de turistes	11
3.5. Iniciatives comercials que van aplicar les empreses per adaptar-se als efectes de la COVID-19	13
3.6. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19	15
4. Resultats per sectors	16
4.1. Descripció dels sectors	16
4.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació	17
4.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)	18
4.4. Afectació en el nombre de turistes	19
4.5. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19	20

5. Resultats per comarques i àmbits territorials	22
5.1. Resultats de les respostes per comarques i àmbits territorials	22
5.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació	24
5.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)	25
5.4. Afectació en el nombre de turistes	26
5.5. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19	28
6. Mesures proposades per millorar i el negoci	30
6.1. Mesures per adaptar el negoci de cara al futur	30
6.2. Formacions per a les empreses del sector turístic	31
6.3. Mesures per fidelitzar els nous clients	32
7. Conclusions	33
8. Annex	35
9. Bibliografia	39

RESUM EXECUTIU

Des del mes de març de l'any 2020 i fins al 15 de desembre de l'any 2022 (data en que van finalitzar les restriccions, requisits i controls COVID-19 per ingressar a Espanya) la crisi sanitària de la COVID-19 va tenir un enorme impacte negatiu sobre el sector turístic. L'objectiu d'aquest estudi és l'anàlisi de l'impacte que ha tingut la COVID-19 en el sector turístic lleidatà així com la seva adaptació una vegada finalitzada la crisi sanitària, i alhora obtenir una avaluació precisa del seus efectes a través de les opinions dels seus directius i/o propietaris sobre la situació actual i les expectatives i realitat de recuperació dels seus negocis.

Aquest informe es basa en una mostra de 402 enquestats, que inclou empresaris i autònoms ubicats a la província de Lleida, i les respostes dels quals es van obtenir durant els mesos de juliol, agost i setembre de 2022. La realització d'una enquesta permet copsar de primera mà la percepció sobre la situació en els diversos sectors.

Els resultats mostren com la situació sanitària i les restriccions i mesures derivades van tenir un impacte directe en els negocis turístics de la demarcació. Afectant de forma més important, dins l'àmbit turístic, als allotjaments i la restauració. Tot i això, aquests dos sectors són els que han mostrat una millor recuperació, tant pel que fa a nombre de turistes i visitants com en el nombre de treballadors, un cop finalitzades les restriccions i la crisi sanitària. A nivell territorial, l'Urgell, el Solsonès i el Segrià són les comarques que es van veure més afectades per la COVID19; sent el sector de la restauració de la comarca del Segrià el més perjudicat.

A nivell general, el sector turístic va haver d'aplicar mesures per pal·liar els efectes de la pandèmia i poder complir les seves obligacions de pagament immediates, com sol·licitar crèdits, finançament, renegociar condicions de préstecs, ERTes... En alguns casos els empresaris van haver de fer una reducció de la plantilla, el tancament temporal del negoci i fins i tot el tancament definitiu de l'activitat. A través de les enquestes també s'ha pogut comprovar com molts empresaris i propietaris van haver de reinventar-se per adaptar-se als efectes de la pandèmia i van adoptar iniciatives com campanyes de promoció i fidelització, van apostar per canals de venda online o van ajuntar esforços amb altres empreses. El sector també ha destacat que per estar millor preparats de cara al futur haurien de reforçar el canals digitals, millorar i aplicar noves estratègies d'internacionalització, millorar la gestió de riscos, implantar protocols de seguretat sanitària i, sobretot, rebre formació en aspectes com la implantació del teletreball i les noves tecnologies, gestió financera i comptable, plataformes de comercialització, xarxes socials, idiomes i sostenibilitat. Aquestes accions, segons els enquestats, haurien ajudat a minimitzar els efectes de la crisi provocada per la COVID-19 i servirien per afrontar l'arribada de possibles noves crisis.

1. INTRODUCCIÓ I OBJECTIU DE L'ESTUDI

La crisi sanitària de la COVID-19 va tenir uns efectes econòmics devastadors, provocant el tancament de molts negocis i fent trontollar la viabilitat de molts altres. Aquestes conseqüències no van afectar a tots els sectors i àmbits de la mateixa forma, si un sector es va veure clarament perjudicat aquest va ser el turístic. L'Organització Mundial del Turisme va estimar que l'afecció de la pandèmia sobre aquesta activitat, a nivell mundial, ha estat deu vegades més gran en termes relatius que la darrera crisi financera global del 2008.

Tot i que la província de Lleida ha estat la demarcació que menys ha patit l'impacte econòmic per la crisi de la COVID-19 i la que ha tingut una recuperació més ràpida en comparació amb la resta de Catalunya¹, és fonamental valorar i analitzar la veritable dimensió de l'impacte de la pandèmia en l'activitat turística de la demarcació de Lleida. La indústria turística és un gran impulsor d'altres sectors, com l'agrícola i el ramader, en ser un consumidor important de productes de qualitat com carns, lactis, olis, entre d'altres, i també ha tingut un paper clau en el sector comercial. A més, abans de l'inici de la crisi sanitària de la COVID-19, el turisme començava a ser, en alguns casos, el principal motor en la lluita contra el despoblament de les zones rurals, essent una estratègia fonamental en el desafiament demogràfic a què ens enfrontem. Per tant, és de vital importància conèixer la situació real del teixit empresarial relacionat amb el turisme de la demarcació, per tal de recolzar, sostenir i protegir el sector turístic provincial.

L'objectiu d'aquesta recerca és comprendre i avaluar la situació del sector turístic a la província de Lleida després de la crisi causada per la pandèmia de la COVID-19 i alhora donar suport i facilitar mesures d'adaptació a les empreses turístiques de la demarcació i conèixer els mecanismes necessaris per a que puguin estar més preparades de cara al futur i poder fer front a possibles noves crisis.

Per assolir i donar resposta a aquest objectiu s'ha plantejat una enquesta a les empreses relacionades amb el sector turístic de la província que pugui ser representativa de tot l'àmbit territorial de la demarcació (Terres de Lleida i Pirineu de Lleida i Aran), així com també de tots els sectors d'aquest àmbit (allotjaments, restauració i empreses de serveis turístics).

A partir de l'enquesta, l'estudi s'enfocarà en quatre aspectes clau:

Impacte econòmic: S'analitzaran els principals problemes econòmics enfrontats per les empreses turístiques de la província a causa de la crisi del Coronavirus, com la necessitat de cessament d'activitat, temporal o definitiu; sol·licitar ajuts econòmics a nivell privat i públic; aplicar ERTes, el nombre de treballadors després de la crisi, condicions de treball i pagaments a proveïdors.

¹ Poveda,C., Moreno,J. *Memòria Econòmica de Lleida 2021. Cambra de Comerç de Lleida. 2022.*

Impacte en el nombre de clients, turistes i visitants: Es realitzarà una anàlisi de les respostes relacionades amb l'impacte que ha tingut la pandèmia en el nombre de clients, turistes i visitants a les empreses del sector turístic, així com una diagnosi dels canvis en la tipologia dels turistes en relació a l'origen i les conseqüències dels canvis en el turisme motivats per la COVID-19.

Mesures per mitigar l'impacte de la crisi de la COVID-19: Aquest estudi contribuirà a identificar i preveure les possibles mesures que puguin afavorir les empreses i l'activitat turística en general, per impulsar la recuperació del sector a la província i analitzar les mesures que van posar en marxa les empreses com a conseqüència de la pandèmia i el confinament.

Mesures a implementar: S'identificaran les iniciatives més útils que les empreses turístiques poden dur a terme a curt i llarg termini per adaptar-se a la realitat actual i també de cara al futur poder afrontar l'arribada de possibles crisis.

2. METODOLOGIA

La recopilació de la informació i l'obtenció dels resultats s'ha fet mitjançant una enquesta. En una primera acció es va crear un qüestionari en línia a través de l'eina de Google "Google Forms" i es va enviar mitjançant correu electrònic a diferents empreses de la demarcació que tenen com a activitat principal aspectes relacionats amb el turisme. A través d'aquesta acció es va aconseguir una mostra molt poc representativa del conjunt de la província. Degut a la poca quantitat de respostes rebudes es va posar en marxa una segona acció, realitzar les enquestes a partir de trucades telefòniques. Per duu a terme les trucades s'ha procedit a contractar el serveis d'una empresa especialitzada, [Suport 24h](#).² Una iniciativa d'economia social promoguda per ASPID que ofereix serveis d'atenció telefònica i call center a administracions públiques i empreses.

S'han rebut 414 respostes, millorant el nombre de respostes rebudes amb l'enquesta online i enfortint tant la validesa com la fiabilitat dels resultats. Els resultats obtinguts mitjançant trucada telefònica també són representatius tant pel que fa al conjunt de la província i els diferents àmbits territorials com en el conjunt de sectors turístics. Després de diferents processos de revisió de totes les mostres rebudes es van considerar no vàlides algunes entrades, per no pertànyer a la categoria dels establiments consultats, quedant finalment 402 respostes correctes.

L'enquesta conté un total de 17 preguntes distribuïdes en 3 blocs:

El primer fa referència a les característiques de l'empresa, el segon sobre els efectes, l'impacte directe, les accions i iniciatives de les empreses davant la COVID-19 i el tercer sobre les accions i canvis de les empreses per adaptar-se a la nova realitat i estar més preparades. L'enquesta conté preguntes amb respostes tancades, amb l'objectiu de concretar i facilitar tant la recollida de dades, però també s'hi han inclòs qüestions amb respostes obertes, qualitatives, per recollir aspectes que els enquestats poguessin matisar i afegir sobre la realitat de la seva empresa. Les trucades telefòniques es van realitzar durant els mesos de juliol, agost i setembre de 2022 .

A partir de l'explotació de l'enquesta s'han generat una base de dades de la qual s'ha obtingut un total de 28 gràfics, 2 taules i 1 mapa. Posteriorment, en base a aquests resultats, s'ha realitzat la seva exposició i anàlisi.

² Suport 24: Serveis de Call center i Atenció telefònica. <https://aspid.cat/ca/p/serveis-per-a-les-empreses/serveis-de-centre-especial-de-treball-4-24>

3. PRINCIPALS RESULTATS OBTINGUTS

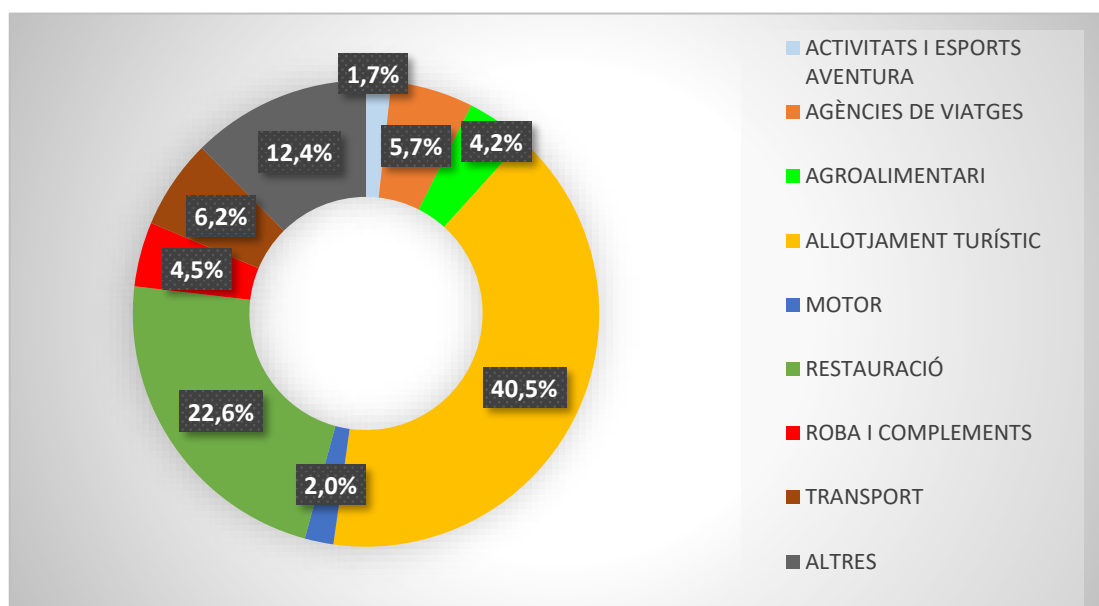
En aquest apartat s'analitzaran els resultats obtinguts sense cap tipus de categorització ja que en els apartats 4 i 5 es procedirà a fer una anàlisi per sectors d'activitat i per àmbits territorials (comarques i Terres de Lleida i Pirineu de Lleida i Aran).

3.1. Característiques de la mostra

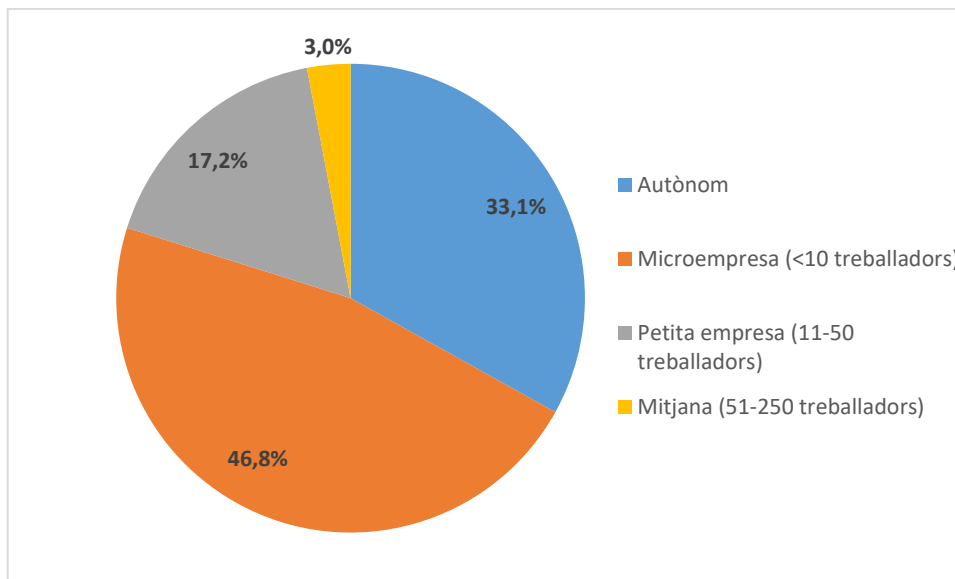
Les respostes rebudes ens indiquen que el tipus d'activitat amb més representació a les enquestes són les empreses dedicades a l'allotjament turístic, amb el 40,5% de les respostes, i els negocis del sector de la restauració, amb un 22,6%. Amb el 12,4% també destaquen els negocis que s'han englobat a la categoria d'"Altres" i que està conformat per diferents activitats relacionades, ja sigui directa o indirectament, amb el turisme; arts escèniques, espectacles, publicitat turística i empreses de construcció, fontaneria i obres que treballen per negocis turístics. La resta d'activitats tenen una representació en l'enquesta més minoritària. Aquesta categorització ens serveix per descriure el tipus d'empreses que han respost l'enquesta i poder observar la distribució i representativitat dels diferents tipus d'empreses de forma genèrica. Però, tal i com s'ha indicat anteriorment, l'anàlisi per sectors es realitzarà en l'apartat 4 de l'informe.

Pel que fa al nombre de treballadors, pràcticament la meitat de les empreses que han participat en l'enquesta (46,8%) han estat microempreses (menys de 10 treballadors), seguides pels autònoms, representen el 33,1%, i les petites empreses (11 a 50 treballadors) amb 17,2% de les respostes. Finalment, les empreses mitjanes tant sols suposen el 3% de les respostes i tal i com podem veure en l'apartat d'anàlisi per àmbits territorials, la majoria es situen a la comarca del Segrià, i més concretament a la ciutat de Lleida.

Gràfic 1. Tipus d'activitat



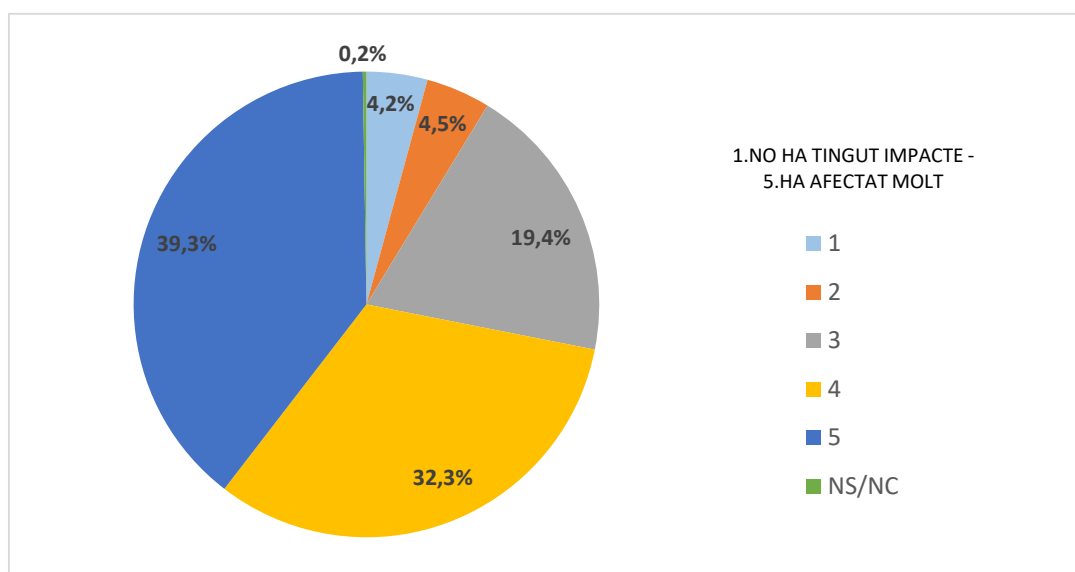
Gràfic 2. Nombre de treballadors



3.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació

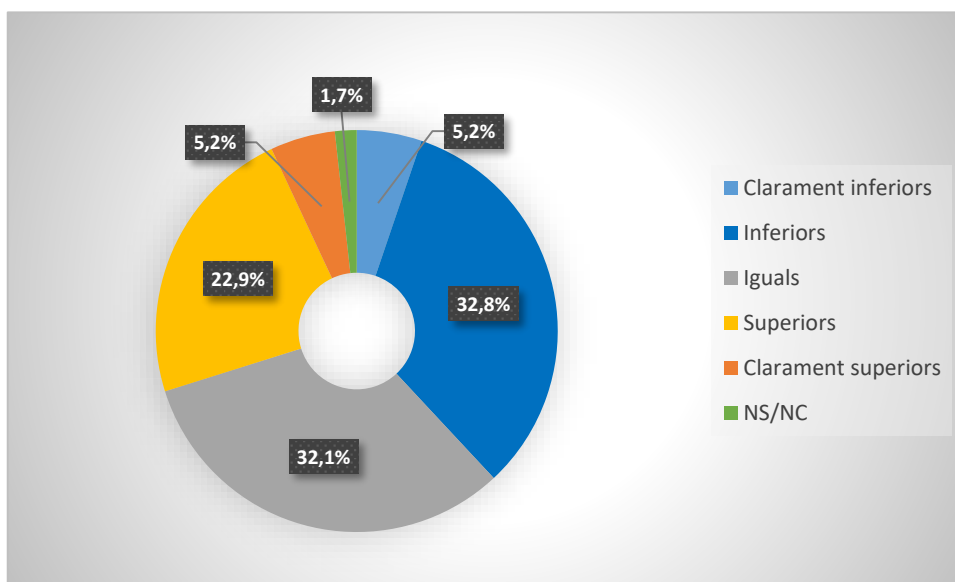
La majoria dels empresaris enquestats consideren que la COVID-19 ha tingut un impacte molt negatiu sobre el negoci; i és que en una escala del 1 al 5, sent 1 un menor impacte i 5 que ha impactat molt, un 71,6% dels empresaris han indicat que l'afectació de la pandèmia ha estat entre un 4 i 5; un 19,4% consideren que ha tingut un impacte de nivell 3, és a dir un impacte mitjà; i tant sols un 8,7% consideren que la COVID-19 els ha afectat poc o gens.

Gràfic 3. Quin ha estat l'impacte de la COVID-19 en el seu negoci?



Les vendes respecte l'any 2019 també s'han vist afectades per raó de la pandèmia i les restriccions derivades. Entre juliol i setembre, data de realització de l'enquesta, la majoria dels enquestats (un 38%) consideren que les vendes han disminuït, mentre que un 32% ha mantingut el mateix volum de facturació. Per altra banda també hi ha un 28% dels negocis que han augmentat les vendes respecte abans de la pandèmia.

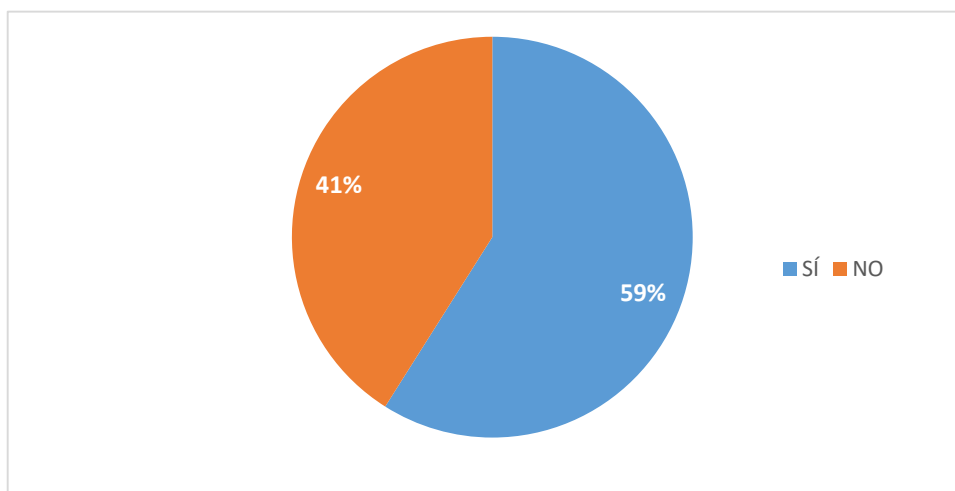
Gràfic 4. Com han evolucionat les vendes respecte abans de la pandèmia?



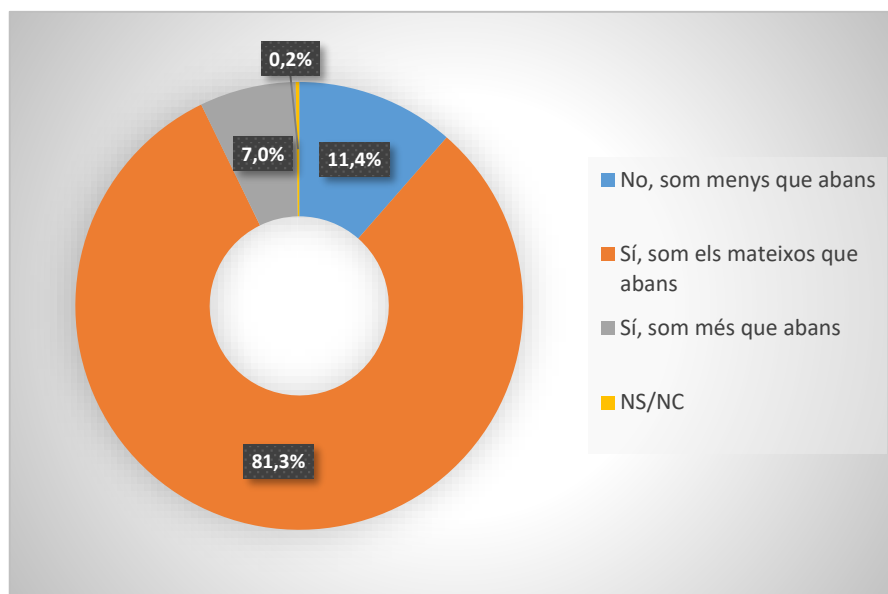
3.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)

Les plantilles de les empreses enquestades han patit l'impacte de la pandèmia en part, ja que durant la pandèmia el 59% d'aquestes van reduir temporalment el contracte dels treballadors aplicant un ERTE. Actualment, un 81,3% dels negocis han recuperat el mateix nombre de treballadors que tenien abans de la COVID-19 i fins i tot algunes empreses han augmentat la plantilla, un 7%. Mentre que tant sols un 11,4% han reduït el nombre de treballadors en comparació al març de l'any 2020.

Gràfic 5. Van haver d'aplicar un ERTE durant la pandèmia?



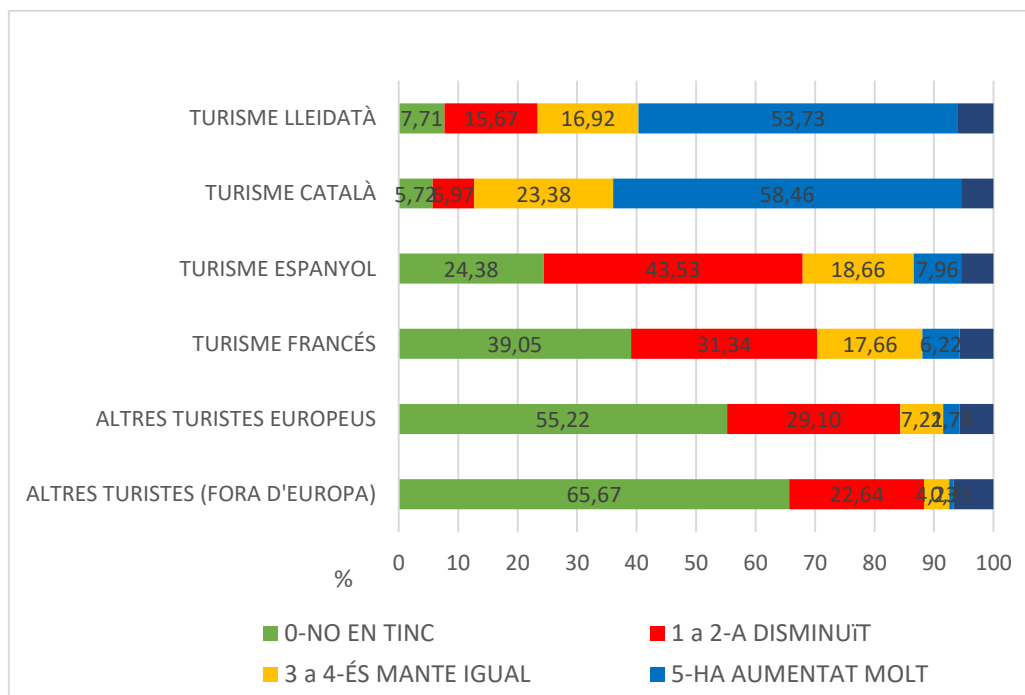
Gràfic 6. Han recuperat el nombre de treballadors d'abans de la COVID-19?



3.4. Afectació en el nombre de turistes i visitants

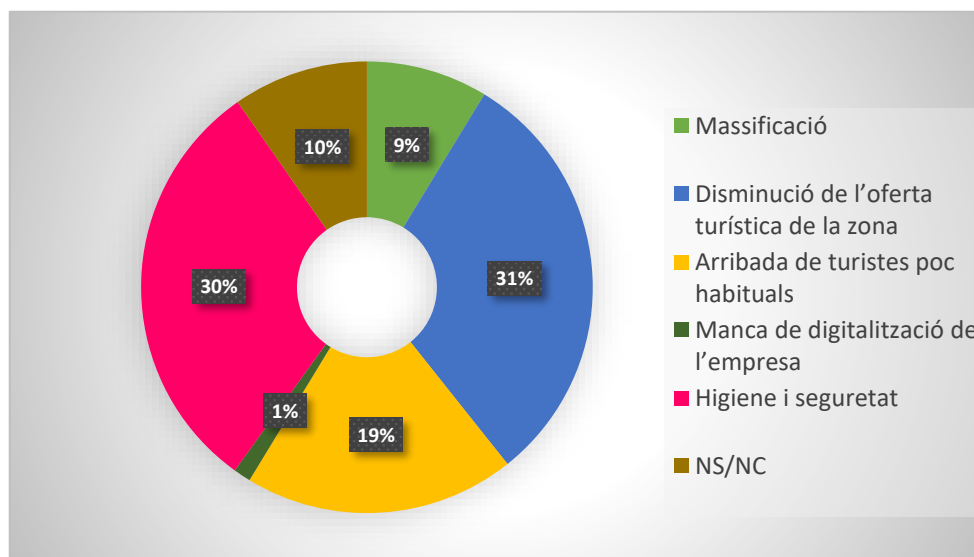
Degut a les restriccions de mobilitat imposades durant la pandèmia per la COVID-19 la mobilitat dels turistes i els visitants es va veure molt limitada i restringida, aquest fet va afectar de forma molt important al nombre de turistes i visitants de la demarcació de Lleida. Un cop eliminades aquestes restriccions s'ha vist com hem tornat a viatjar de forma massiva i quasi amb major volum que l'any 2019, un dels millors anys de la història pel que fa a xifres turístiques. Pel que fa a la demarcació de Lleida i segons les respostes de l'enquesta realitzada hi ha hagut un creixement important de turistes i visitants però no en totes les tipologies, ja que segons l'origen del turista s'ha produït un comportament o un altre. Les respostes dels empresaris ens indiquen que l'arribada de turistes i visitants de la província de Lleida i de la resta de Catalunya ha augmentat molt, i és que en una escala del 0 al 5 (sent 0 que no tenen turistes i 5 que han augmentat molt) més d'un 50% han indicat un 5; mentre que pel que fa als turistes provinents de la resta d'Espanya el comportament ha estat oposat i els empresaris han indicat que aquest grup de turistes ha disminuït en més d'un 40% respecte abans de la pandèmia. També el turisme provinent de França, de la resta d'Europa i del món ha disminuït, amb unes xifres que van entre el 22 i el 31% de reducció en l'arribada d'aquests grups segons la resposta dels enquestats. Cal apuntar que els turistes provinents de França, la resta d'Europa i la resta del món són un grup que ja tenia poc pes en quant a nombre i en l'enquesta es pot comprovar la continuïtat d'aquesta tendència. I és que el 65% dels enquestats no tenen turistes de fora d'Europa, un 55% no té turistes europeus i un 39% no té turistes francesos. També és de destacar que quasi el 25% d'empresaris no té turistes espanyols. Per tant la quota de mercat està dominada pels turistes i visitants provinents de la mateixa demarcació de Lleida i la resta de Catalunya, el que indica un balanç més que positiu per als empresaris ja que han augmentat la seva arribada notablement.

Gràfic 7. Després de l'etapa de confinament, com ha evolucionat l'arribada d'aquests grups de turistes?



En relació al turisme també s'han produït alguns canvis motivats per la COVID-19. Aquests canvis han comportat alguns aspectes negatius, i es que segons els enquestats, exactament un 31%, ha disminuït l'oferta turística a la zona; per un 10% la pandèmia ha posat de manifest una manca de digitalització en les seves empreses i un 9% considera que en algunes èpoques de l'any hi ha problemes de massificació de turistes i visitants. Per altra banda també consideren que s'han produït aspectes positius i és que un 30% creu que s'ha millorat en higiene i seguretat i un 19% indica que han arribat turistes que abans de la pandèmia eren poc habituals.

Gràfic 8. Els canvis en el turisme motivats per la COVID han comportat algun problema com:

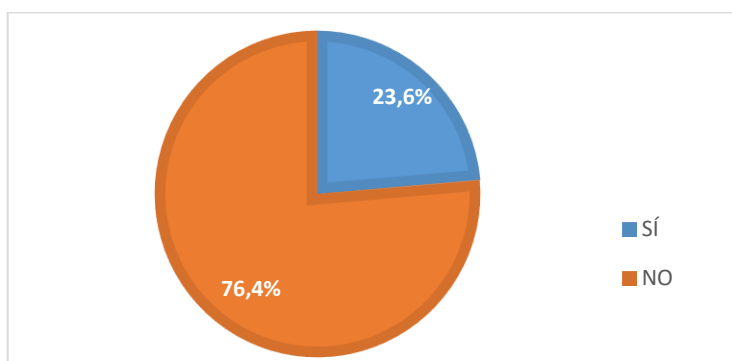


3.5. Iniciatives comercials que van aplicar les empreses per adaptar-se als efectes de la COVID-19

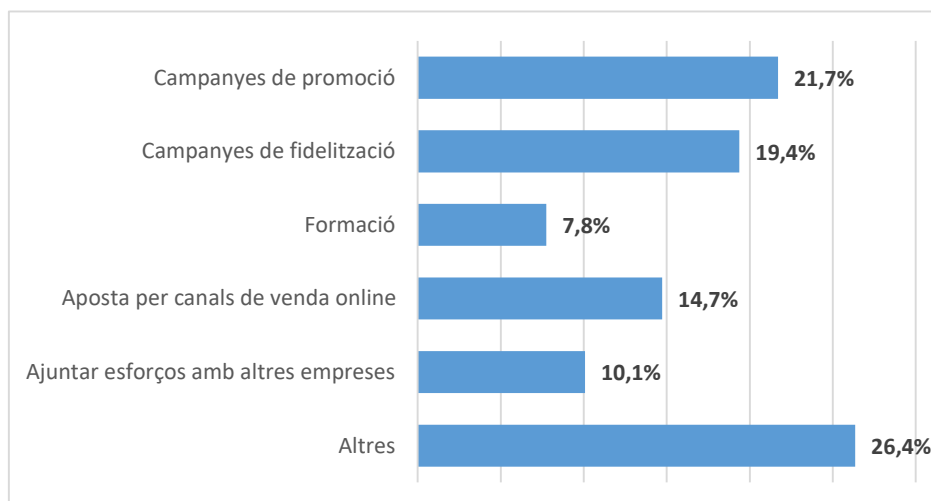
Arran de la crisi generada per la pandèmia de COVID-19, alguns empresaris van implementar iniciatives comercials per adaptar-se a les restriccions i superar la paralització que va provocar. Cal destacar que dels 402 empresaris enquestats tant sols un 23,6% van decidir aplicar alguna acció o iniciativa comercial. Les mesures més utilitzades, de les que es van citar a l'enquesta, van ser les campanyes de promoció i les campanyes de fidelització, representant el 21,7% i el 19,4% respectivament, de totes les empreses enquestades. Altres mesures que van haver d'adoptar i han seguit implementant han estat l'aposta per canals de venda online, un 15% dels empresaris; i un 10% de les empreses afirma que va ajuntar esforços amb altres empreses per comercialitzar-se. Per últim, un 8% dels negocis va realitzar cursos de formació per adaptar-se a la nova realitat.

Un 26% dels empresaris van prendre altres mesures, diferents de les opcions que es van donar a la pregunta, moltes de les quals no relacionades amb iniciatives comercials. Mesures com augmentar i aplicar mesures higièniques i limitació de l'aforament.

Gràfic 9. Va adoptar alguna iniciativa empresarial o aposta comercial per adaptar-se als efectes de la COVID-19?



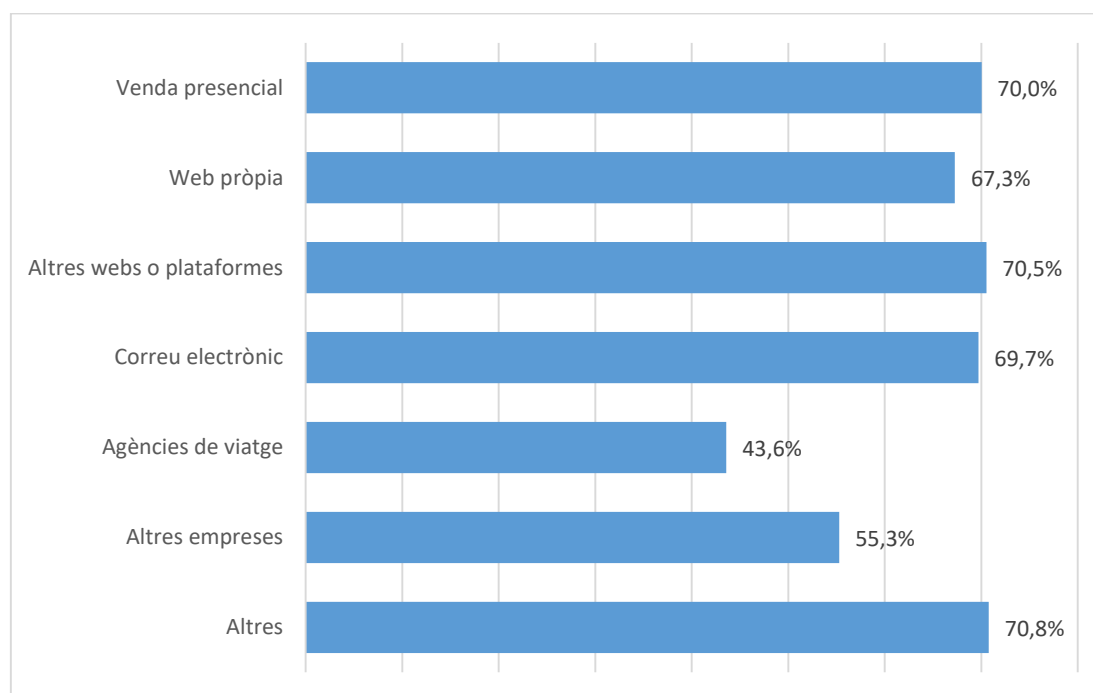
Gràfic 10. Quines de les següents iniciatives comercials va adoptar per adaptar-se als efectes de la COVID-19?



Per a la comercialització, venda i promoció de productes durant la COVID-19 el conjunt d'empresaris van utilitzar diversos mitjans, de forma conjunta, i els van utilitzar en proporcions bastant similars. La venda presencial, la web pròpia, altres plataformes online i el correu electrònic van ser els mitjans més utilitzats; el 70% dels empresaris van utilitzar aquest tipus de vies. Altres canals van ser la comercialització a través d'empres especialitzades en promoció i venda, més d'un 50 % van respondre que també van utilitzar aquest mitjà, i finalment les agències de viatge les van fer servir el 43,6% dels enquestats.

Apuntar que un 71% dels empresaris també van utilitzar altres mitjans, a banda dels canals mencionats, com per exemple Google Adverts, les xarxes socials, WhatsApp, federacions, consorcis o el boca-orella.

Gràfic 11. En cas d'haver adoptat alguna aposta comercial, quins dels següents mitjans van utilitzar per comercialitzar-se durant la COVID-19? (múltiples respostes possibles)

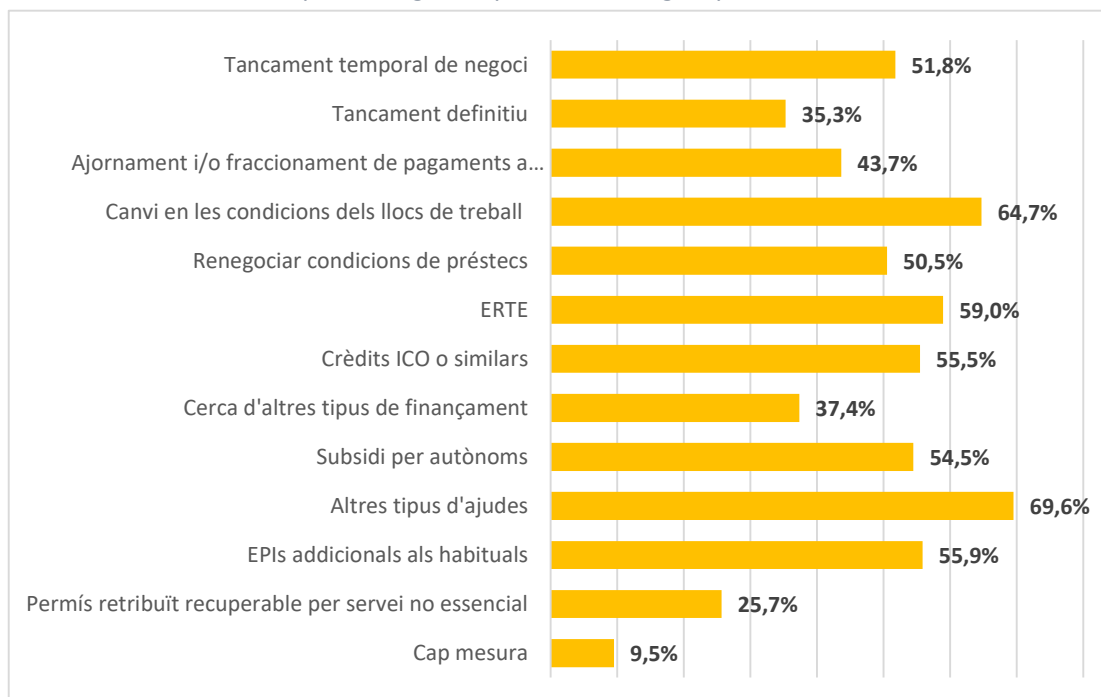


3.6. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19

Una altra de les conseqüències que va suposar la pandèmia és l'aplicació de mesures per adaptar-se a la nova realitat econòmica amb l'objectiu de minimitzar l'impacte i els efectes negatius i així poder superar la crisi de la millor forma possible. La mesura més aplicada va ser acollir-se a les ajudes i bonificacions ofertes per les administracions, un 70% de les empreses. Altres mesures destacables que van aplicar van ser canvis en les condicions de treball arran de la disminució de la productivitat, un 65% dels enquestats; un 59% dels negocis va aplicar expedients de regulació temporal (ERTEs); també es van veure pràcticament obligats a sol·licitar crèdits ICO i similars, un 55%, per garantir la supervivència de l'empresa així com ajornar i/o fraccionar els pagaments a proveïdors, en aquest últim cas en menor mesura (43,7%). Els autònoms van ser uns dels col·lectius que més van patir les conseqüències de la crisi i més de la meitat dels autònoms enquestats van assenyalar que es van acollir a subsidis. Les mesures més dràstiques i una de les conseqüències més dramàtiques de la pandèmia va ser el tancament de negocis, en l'enquesta als 402 empresaris de la demarcació indiquen que un 52% van tancar temporalment el negoci i un 35% ho va fer definitivament, xifra que demostra que l'impacte de la pandèmia sobre l'economia turística en alguns casos va ser cruent.

Pel que fa a les mesures relacionades amb l'aspecte sanitari, el 56% dels empresaris van optar, ja fos de forma obligada o per decisió pròpia depenent del tipus de sector, per utilitzar equips de protecció individual (EPIs). Tant sols un 9,5% dels enquestats no va aplicar cap mesura.

Gràfic 12. Mesures que ha hagut d'aplicar en el negoci per l'afectació de la COVID-19



4. RESULTATS PER SECTORS

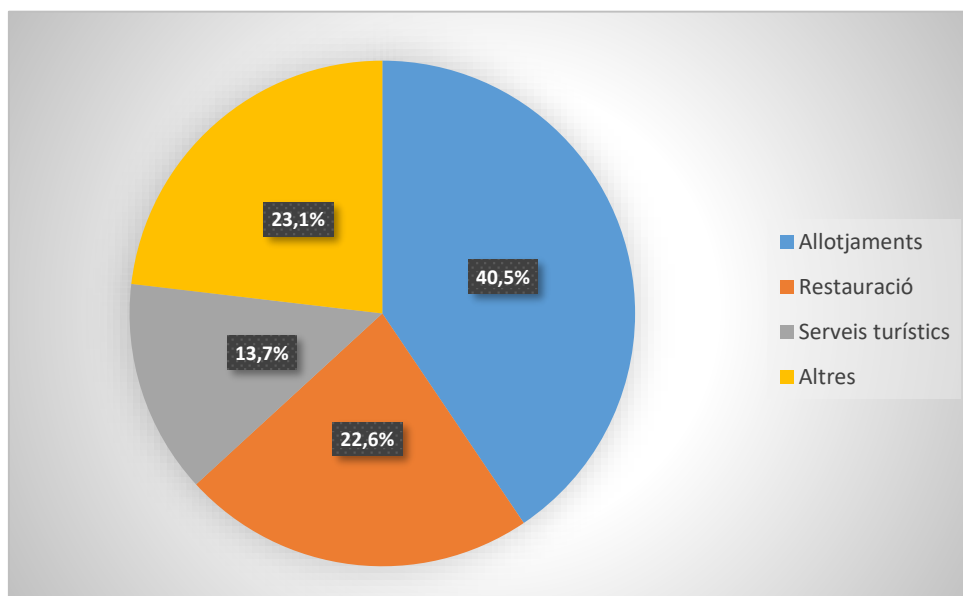
4.1. Descripció dels sectors

Per tal de realitzar un anàlisi més específic i poder conèixer les conseqüències de la pandèmia en els sectors turístics s'han agrupat les empreses enquestades segons el sector d'activitat. Les empreses han quedat distribuïdes en 4 grups: Allotjaments, Restauració, Serveis turístics i Altres. En aquest últim grup, tal i com s'especifica a l'inici de l'apartat 3, s'han inclòs els negocis amb activitats relacionades, ja sigui directa o indirectament, amb el turisme i que no es poden situar en els tres anteriors sectors; com poden ser les arts escèniques, espectacles, publicitat turística i empreses de construcció, fontaneria i obres que treballen per negocis turístics. El sector amb més representació a l'enquesta són els allotjaments, amb un 40,5% de les respostes; seguit d'Altres i la restauració, amb un 23,1 i 22,6% respectivament. Per últim el sector dels serveis turístics és el que té menys representativitat a l'enquesta, un 13,7%.

Taula 1. Distribució de les respostes per sector d'activitat turística

Sector d'activitat	Respostes	%
Allotjaments	163	40,5
Restauració	91	22,6
Serveis turístics	55	13,7
Altres	93	23,1
Total	402	100,0

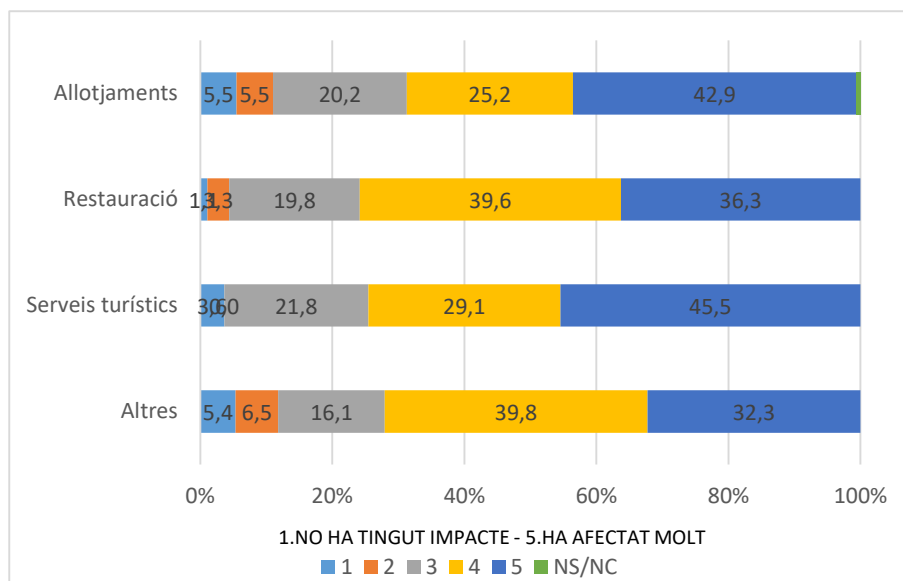
Gràfic 13. Distribució de les respostes per sector d'activitat turística



4.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació

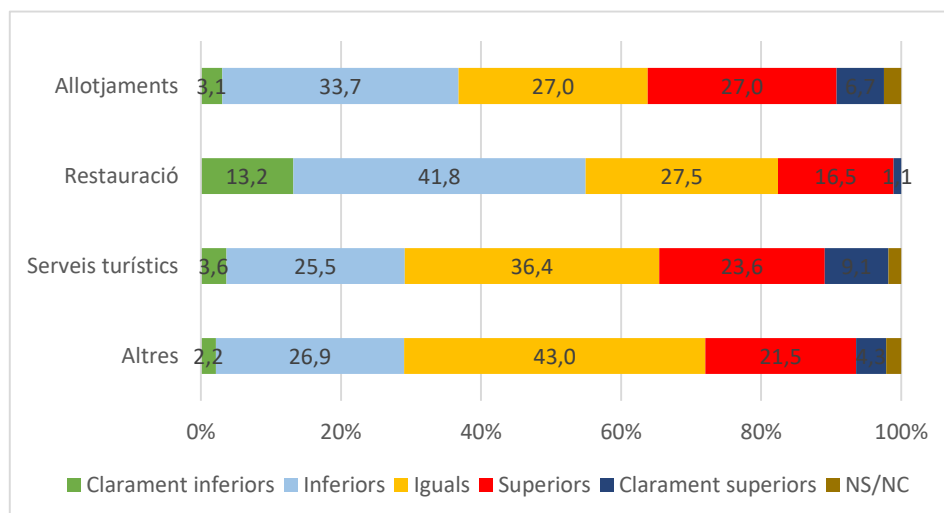
En base a les respostes rebudes tots els sectors turístics representats a l'enquesta s'han vist afectats més o menys en la mateixa mesura, tot i que els allotjaments i els serveis turístics són els que han indicat que han patit una afectació més important, marcant l'escala més alta d'afectació (5) en més d'un 40%.

Gràfic 14. Impacte de la COVID-19 en el negoci per sector d'activitat



Les vendes i reserves respecte abans de la pandèmia ens donen una idea de les conseqüències negatives que van suposar les restriccions de mobilitat. El sector de la restauració va ser el que més va patir aquestes mesures i un 42% dels empresaris d'aquest sector van indicar que la facturació va ser inferior i un 13% clarament inferior respecte l'any abans de la COVID-19. El balanç de la resta de sectors no és ni molt menys tant negatiu com el que mostren els empresaris restauradors, així doncs empresaris hotelers, de serveis turístics i d'altres empreses relacionades amb el turisme indica que en conjunt les vendes han estat iguals i inclús superiors respecte abans de la pandèmia.

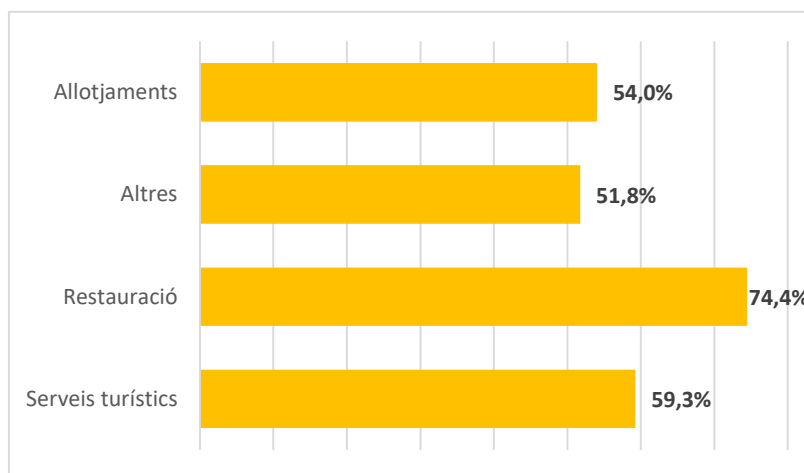
Gràfic 15. Evolució de les vendes i/o reserves respecte abans de la pandèmia



4.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)

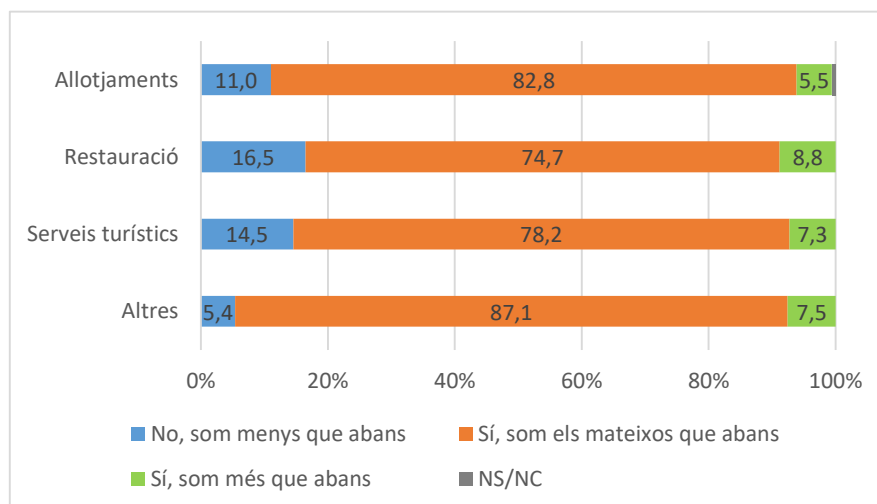
Un aspecte indicatiu de l'impacte en l'ocupació durant la pandèmia va ser l'aplicació d'expedients de regulació temporal (ERTEs). Les dades de l'enquesta realitzada ens mostren com el sector de la restauració va ser el que més expedients va aplicar, un 74,4% dels negocis de la restauració va realitzar un ERTE. La resta de sectors, tot i que en una proporció menor, també van tirar endavant expedients de regulació; més de la meitat de les empreses de cadascun d'aquests sectors van aplicar-ne.

Gràfic 16. Aplicació d'un ERTE durant la pandèmia



Si analitzem l'afectació de la COVID-19 en el nombre de treballadors per sectors les dades en base a les respostes dels empresaris indiquen que els 4 sectors turístics han recuperat el nombre de treballadors que tenien abans de la pandèmia. Entrant a observar les dades en detall, el sector de la restauració i dels serveis turístics presenten un percentatge una mica més elevat d'empreses que tenen en nòmina menys treballadors respecte l'any anterior a la COVID; per contra el sector que agrupa les "Altres" empreses relacionades amb el turisme és el que ha recuperat de forma més àmplia el mateix nombre de treballadors, exactament un 87% dels negocis d'aquest sector.

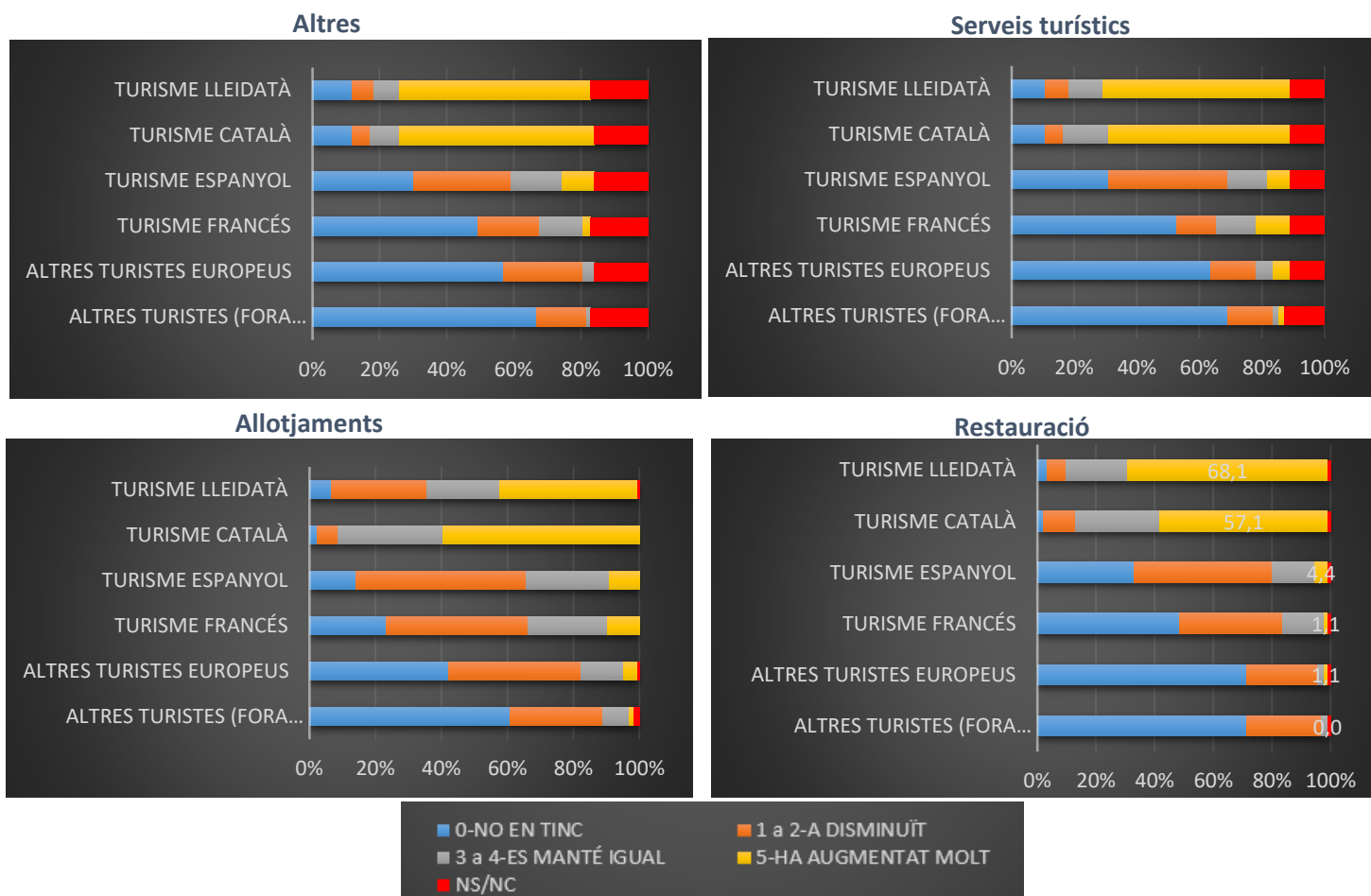
Gràfic 17. Han recuperat el nombre de treballadors d'abans de la COVID-19?



4.4. Afectació en el nombre de turistes

L'arribada dels diferents grups de turistes segons l'origen ha evolucionat de forma diferent en cadascun dels sectors turístics analitzats. Els sectors de serveis turístics i el d'altres empreses relacionades amb el turisme mostren uns percentatges similars. Així doncs, la majoria dels empresaris d'aquests dos sectors, un 60%, indiquen que el turisme lleidatà i català ha augmentat de forma molt important, i pel que fa a la resta de procedències la majoria d'enquestats han indicat que no els arriben aquests grups turístics i en menor mesura que han disminuït respecte abans del confinament. El sector de la restauració ha notat un augment espectacular pel que fa als turistes provinents de la província de Lleida, un 68% dels empresaris de la restauració han indicat que aquest grup ha pujat molt respecte al confinament. També el turisme provinent de la resta de Catalunya ha tingut un creixement destacat, un 57% dels enquestats així ho assenyalen. Els turistes espanyols i francesos han disminuït, tot i que hi ha una part important dels empresaris que remarquen que no tenen aquests grups de turisme, igual que amb els grups provinents de la resta d'Europa i fora d'Europa, que són bastant minoritaris. Pel que fa al sector dels allotjaments, aquets és el que més ha sofert les conseqüències de la COVID-19, sobretot pel que fa a turistes espanyols, francesos, europeus i de fora d'Europa, ja que l'arribada d'aquests grups ha baixat bastant; destaca però el grup dels turistes espanyols, segons el 51% dels empresaris s'ha produït una disminució important d'aquests.

Gràfic 18. Després de l'etapa de confinament, com ha evolucionat l'arribada d'aquests grups de turistes?



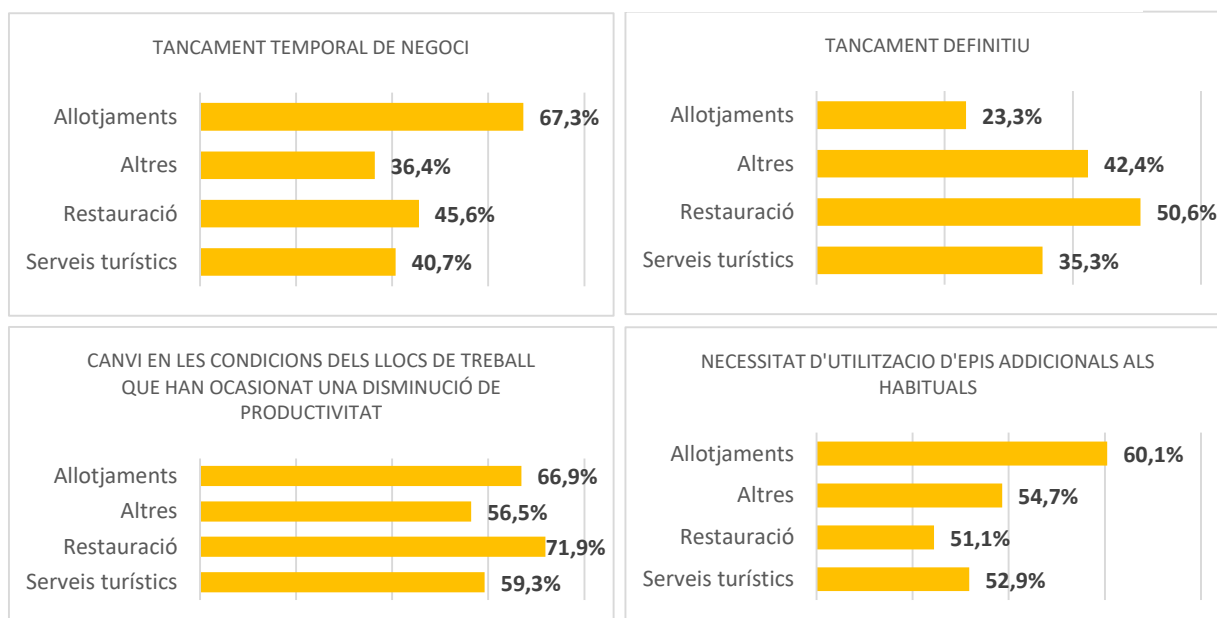
4.5. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19

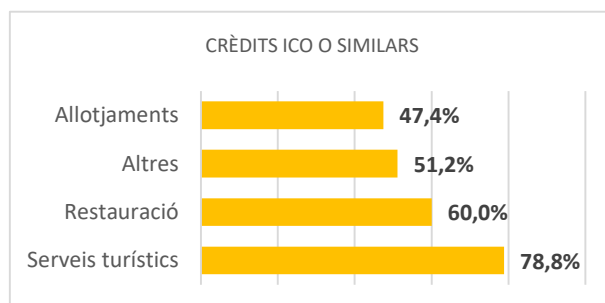
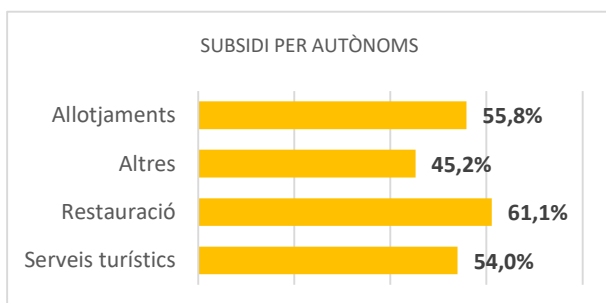
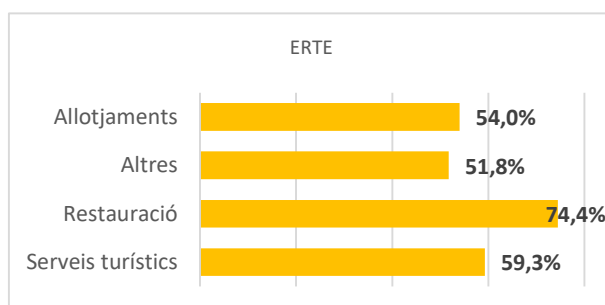
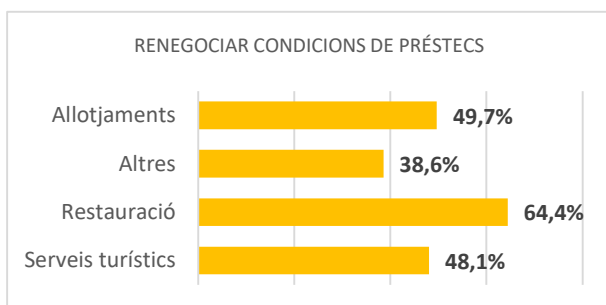
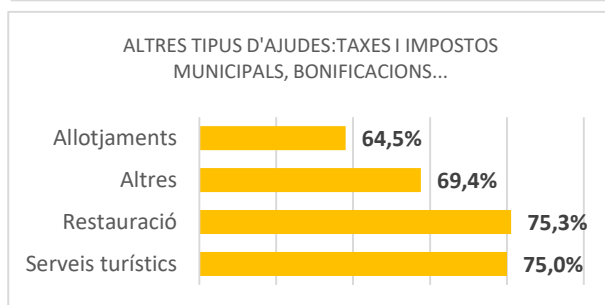
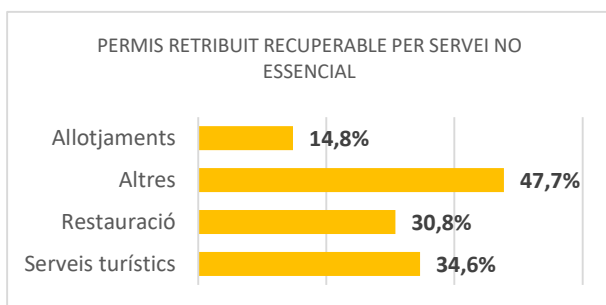
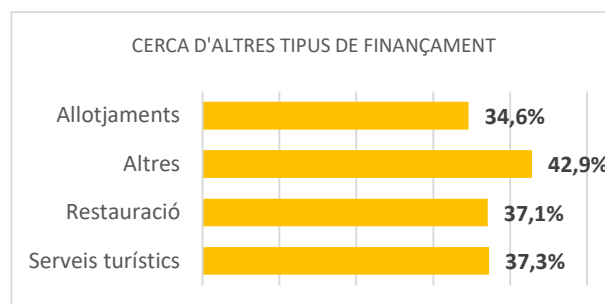
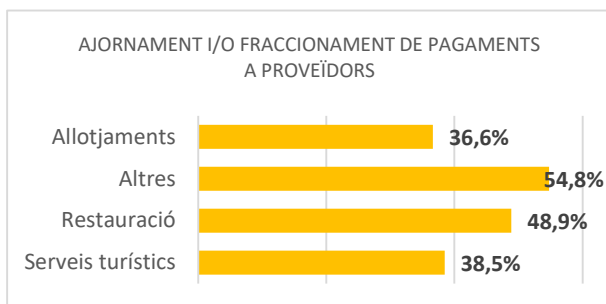
Analitzant les mesures aplicades pels sectors turístics com a conseqüència de la COVID-19 ens centrarem en les més destacades i aquelles que van tenir un impacte més important en la viabilitat dels negocis i poder adaptar-se a la situació que es va viure per poder tirar endavant. Una d'aquestes mesures va ser el tancament temporal del negoci, sent els allotjaments els que més van aplicar aquesta mesura. Un 67% dels allotjaments va tancar de forma temporal, mentre que la resta de sectors ho va fer en menor mesura. La mesura més dràstica de totes les consultades va ser el tancament definitiu del negoci; i, com hem vist quan hem analitzat l'afectació en l'ocupació i l'arribada de turistes, el sector de la restauració és el que s'ha emportat pitjor part, un 50,6% dels restaurants i bars consultats han hagut d'abaixar la persiana definitivament. Els altres sectors presenten uns percentatges de tancament definitiu també destacables, on despunta la dada de les altres empreses relacionades amb el turisme; han tancat més d'un 40% de les enquestades.

En relació al finançament i sol·licitar ajudes en forma de crèdit tots els sectors s'han vist obligats a demanar algun tipus d'ajuda. Destaca el 78,8% d'empreses del sector dels serveis turístics que van sol·licitar crèdits ICO i/o similars. La renegociació de les condicions de préstecs també ha estat una mesura utilitzada, sobretot pels restaurants; més del 60% han hagut de renegociar. Més del 60% de cadascun dels sectors es va acollir a bonificacions i ajudes ofertes per l'administració local.

Tal i com es pot observar en els següents gràfics tots els sectors s'han vist afectats en major o menor grau per la pandèmia i es van veure obligats a acollir-se a mesures, algunes d'elles molt dràstiques, per poder fer front a la situació que es va viure. Pel camí els sectors van perdre una quantitat important de treballadors, de facturació, de clients i, tal i com hem apuntat, d'altres es van veure obligats a prendre la dolorosa decisió del tancament definitiu.

Gràfic 19. Mesures que ha hagut d'aplicar en el negoci per l'afectació de la COVID-19



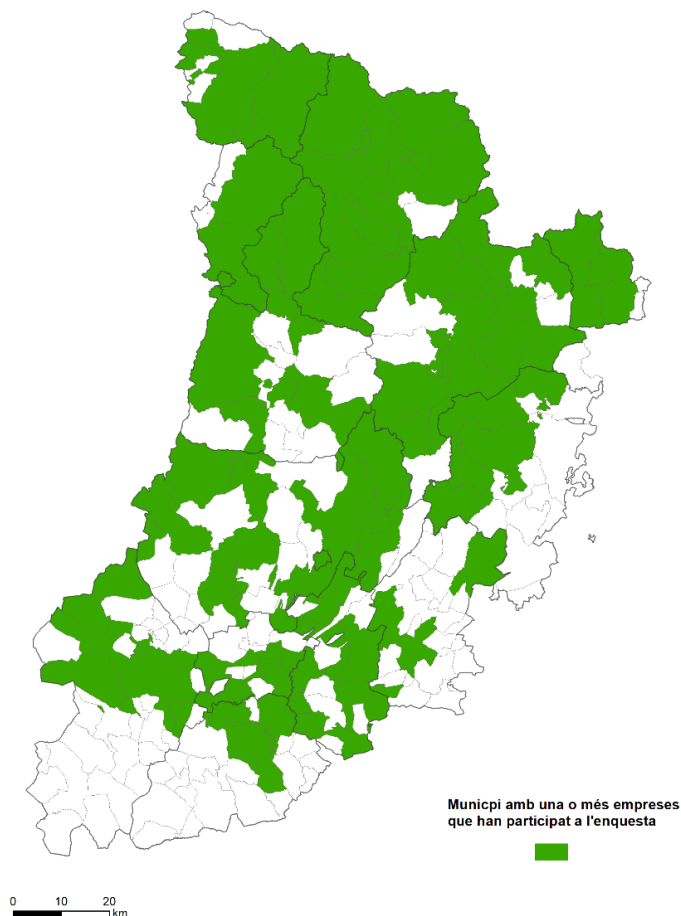


5. RESULTATS PER COMARQUES I ÀMBITS TERRITORIALS

5.1. Resultats de les respostes per comarques i àmbits territorials

Alhora de realitzar l'enquesta no solament s'ha intentat que tots els sectors turístics tinguessin una representació uniforme sinó que també s'ha volgut que el conjunt de les 13 comarques que conformen la província de Lleida es veiessin representades de manera més o menys igualitària. Al següent mapa es pot observar com totes les comarques hi estan representades; a excepció del municipi de Gósol (Berguedà), del qual no s'ha pogut obtenir cap resposta per part de les empreses del sector turístic. Tot i que s'observa que part dels municipis on ha participat una o més empreses en l'enquesta formen part de l'àmbit del Pirineu i l'Aran cal especificar que dels municipis de les Terres de Lleida o Ponent s'ha obtingut una gran quantitat de respostes, ja que es on hi trobem la capital provincial, Lleida, i caps comarcals com Mollerussa, Tàrrrega i Balaguer que disposen de bastants negocis de restauració. Cal precisar que hi ha hagut comarques de les que s'han obtingut menys respostes ja que no disposen de tants negocis relacionats amb el turisme, com són les Garrigues i la Segarra.

Mapa 1. Localització dels municipis que han participat a l'enquesta amb un o més negocis turístics

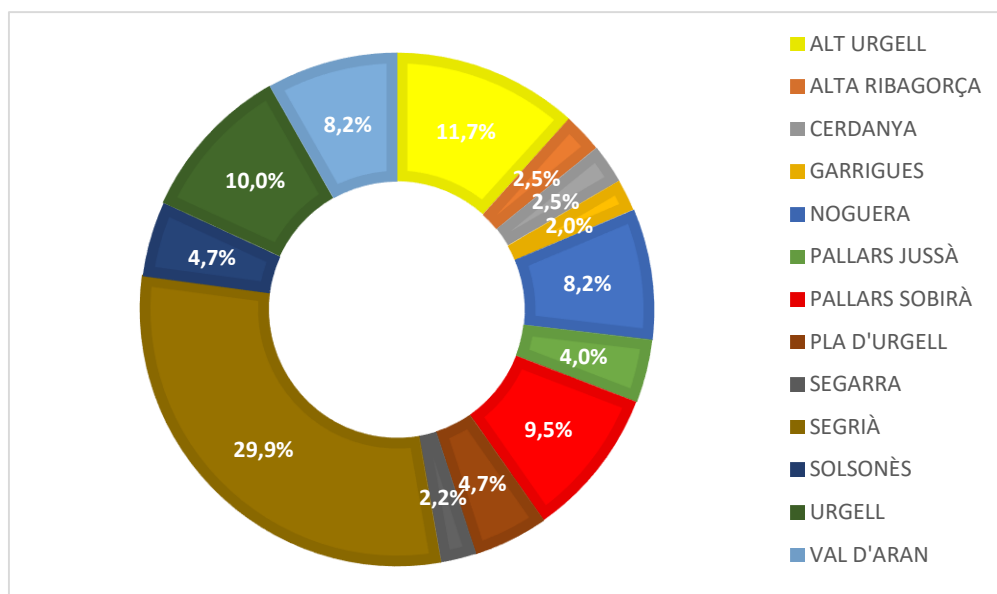


La distribució percentual de les respostes mostra el que hem comentat anteriorment, la comarca del Segrià, amb Lleida al capdavant, es la comarca amb respostes a l'enquesta; un 30%. La segona comarca d'on hem obtingut més respostes és l'Alt Urgell, 47 respostes que signifiquen quasi un 12%; la segueixen l'Urgell amb un 10% i el Pallars Sobirà amb un 9,5%. També destaquen la Noguera i la Val d'Aran amb un 8,2 cadascuna. La resta de comarques es troben per sota del 5% pel que fa a representativitat en l'enquesta.

Taula 2. Distribució de les respostes per comarca

Comarca	Respostes	%
ALT URGELL	47	11,7
ALTA RIBAGORÇA	10	2,5
CERDANYA LLEIDATANA	10	2,5
GARRIGUES	8	2,0
NOGUERA	33	8,2
PALLARS JUSSÀ	16	4,0
PALLARS SOBIRÀ	38	9,5
PLA D'URGELL	19	4,7
SEGARRA	9	2,2
SEGRITÀ	120	29,9
SOLSONÈS	19	4,7
URGELL	40	10,0
VAL D'ARAN	33	8,2
TOTAL	402	100,0

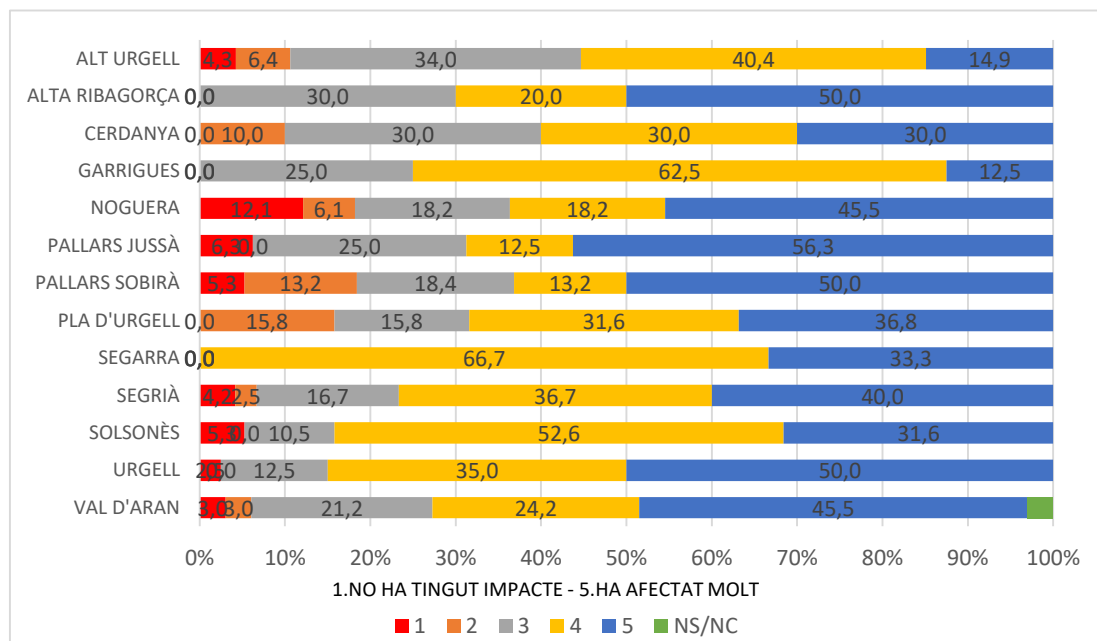
Gràfic 20. Distribució de les respostes per comarca



5.2. Afectació en el negoci i les vendes i grau de recuperació

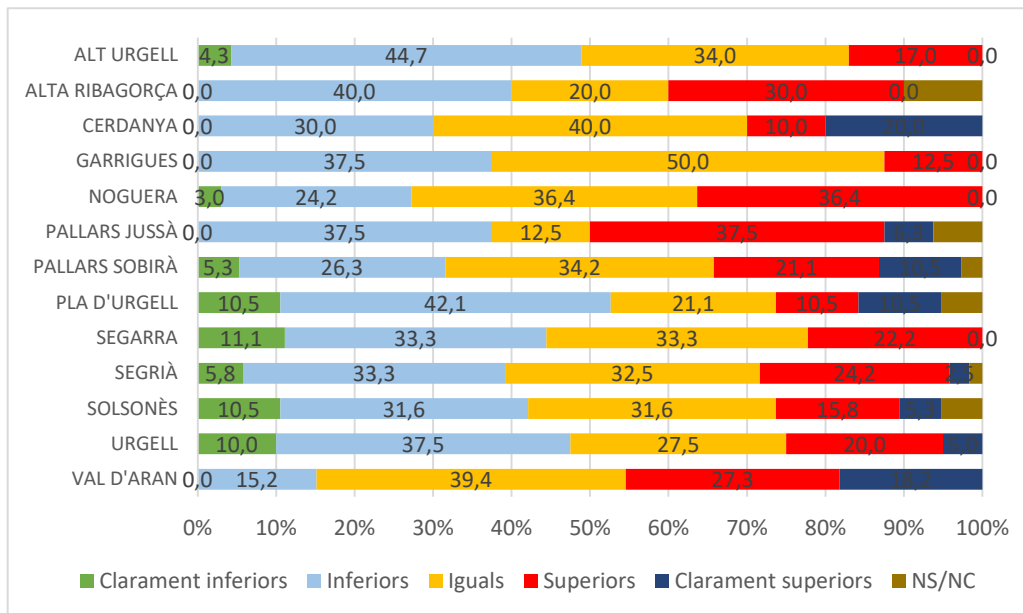
Totes les comarques s'han vist afectades en menor o major grau, tal i com es pot observar en el següent gràfic. No hi ha cap comarca que destaquï per no haver rebut l'impacte de la pandèmia en el seu sector turístic i és que d'una escala del 1 al 5, sent 1 sense impacte i 5 molt impacte, en totes predomina la afectació entre 4 i 5, amb uns percentatges superiors al 60% a excepció de l'Alt Urgell, on els empresaris han indicat un impacte menor.

Gràfic 21. Quin ha estat l'impacte de la COVID-19 en el seu negoci?



Pel que respecta a les vendes respecte abans de la pandèmia, l'Aran i el Pallars Jussà són les que mostren una millor recuperació pel fa a la facturació, ja que més del 40% dels negocis d'aquestes dues comarques que han respost a l'enquesta indiquen que les vendes han estat superiors. A la resta de comarques els percentatges de resposta es decanten cap a una davallada del nombre de vendes i reserves respecte l'any 2019, l'any anterior a la pandèmia. Encara que alguna comarca com les Garrigues les vendes han estat les mateixes. A nivell d'àmbit territorial no es mostra una diferència en quant a resultats entre les comarques de l'Alt Pirineu i l'Aran i les de les Terres de Lleida, tot i que podem apreciar que algunes de les que conformen l'Alt Pirineu i Aran han tingut una millor recuperació i han augmentat la facturació.

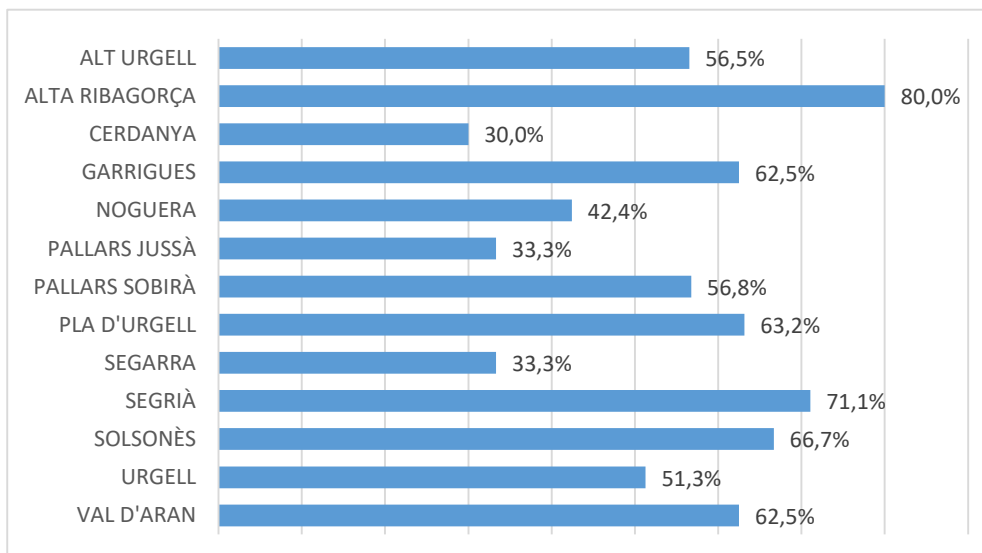
Gràfic 22. Com han evolucionat les vendes respecte abans de la pandèmia?



5.3. Afectació en l'ocupació (treballadors)

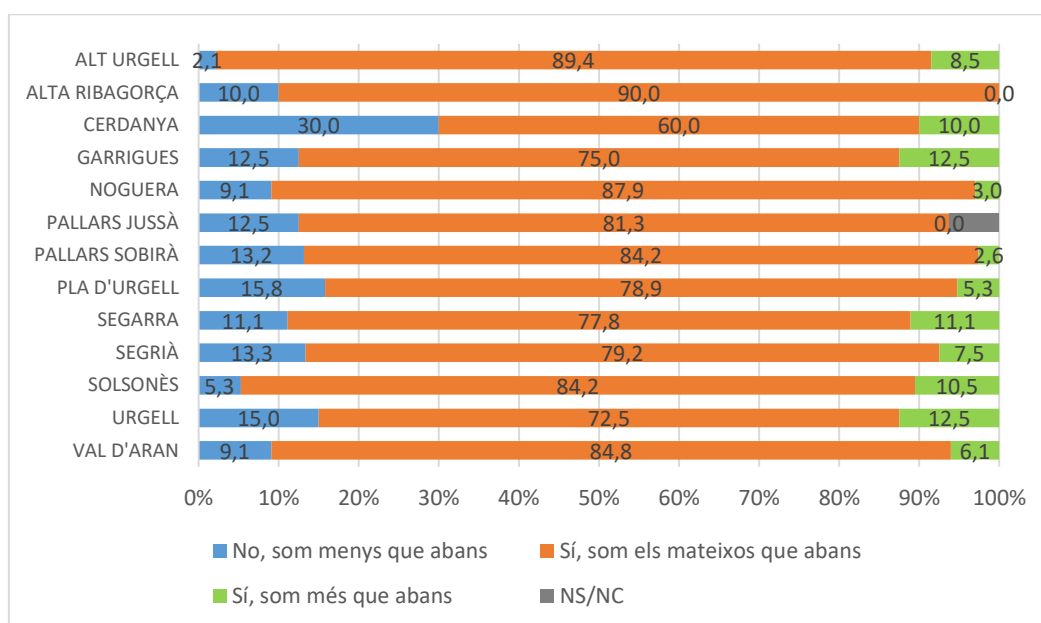
Com s'ha analitzat anteriorment, tant per sectors com de forma general, l'aplicació d'expedients de regulació temporal (ERTEs) durant la pandèmia es una eina que ens permet mesurar l'impacte en l'ocupació durant la COVID19. A nivell territorial les dades de l'enquesta realitzada en mostren com la comarca de l'Alta Ribagorça es on els negocis van aplicar més ERTEs, exactament un 80% de les empreses enquestades. Però en valors absoluts i comparant les dades en conjunt, i no sols dins la mateixa comarca, és el Segrià la que va realitzar més expedients de regulació; 81 ERTEs que suposen el 35% del conjunt a la província. Tornant a l'anàlisi comarca a comarca són la Cerdanya lleidatana, la Segarra, el Pallars Jussà i la Noguera les que menys expedients van dur a terme per part dels empresaris, menys d'un 50% d'aplicació. La resta de comarques presenten uns percentatges d'expedients de regulació força destacables, superiors al 50%.

Gràfic 23. Aplicació d'un ERTE durant la pandèmia



Si analitzem l'afectació de la COVID-19 en el nombre de treballadors per comarques, les respostes ens indiquen que han recuperat el nombre de treballadors que tenien abans de la pandèmia. Entrant a observar les dades en detall, la comarca de la Cerdanya lleidatana és la que presenta un percentatge més elevat d'empreses que tenen en nòmina menys treballadors respecte l'any anterior a la COVID; un 30% de les empreses d'aquesta comarca indica que té menys treballadors que al 2019. La resta de comarques presenten uns percentatges entre el 75 i 90% de recuperació de treballadors.

Gràfic 24. Han recuperat el nombre de treballadors d'abans de la COVID-19?

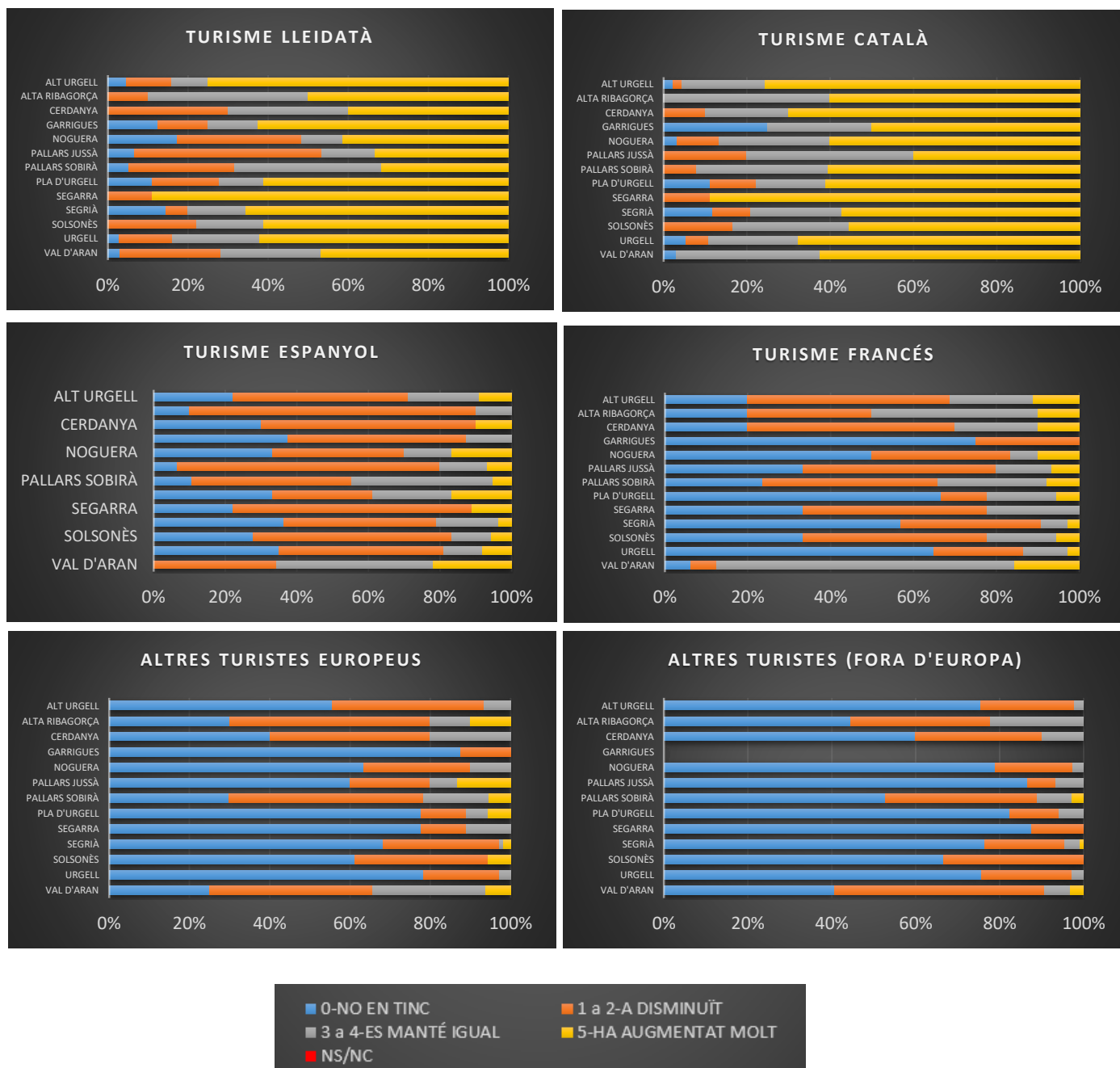


5.4. Afectació en el nombre de turistes

L'arribada de turistes segons l'origen mostra la mateixa tendència i afectació del que s'ha analitzat per sectors i a nivell general, que és que la demarcació de Lleida té pocs turistes d'origen europeu i en menor mesura de la resta del món. Totes les comarques que rebien aquests grups de turistes, majoritàriament les de l'Alt Pirineu i l'Aran, han sofert una disminució important en l'arribada d'aquests grups. Pel que fa al turisme espanyol, totes les comarques s'han ressentit dels efectes de la COVID i han vist disminuït la seva arribada, a excepció de l'Aran on aquests han seguit anant-hi i fins i tot han augmentat.

El principal mercat de turistes de la demarcació, el turisme provinent de la mateixa província i el de la resta de Catalunya, ha evolucionat de forma molt positiva i totes les comarques han vist com ha augmentat de forma clara la seva arribada. A excepció del Pallars Jussà, on les empreses enquestades han indicat un important descens dels turistes lleidatans.

Gràfic 25. Després de l'etapa de confinament, com ha evolucionat l'arribada d'aquests grups de turistes?



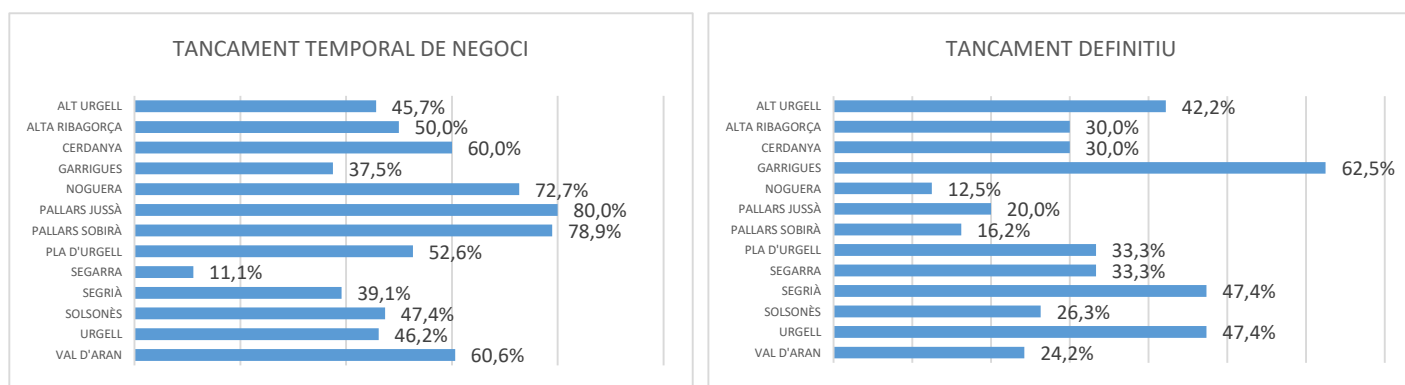
5.5. Mesures preses pel sector turístic per l'afectació de la COVID-19

En aquest apartat farem un anàlisi comarcal de les mesures que van aplicar les empreses com a conseqüència de la COVI-19 i ens centrarem en les més destacades i aquelles que van tenir un impacte més important en la viabilitat dels negocis. Pel que fa al tancament temporal del negoci, les comarques del Pallars Jussà i Pallars Sobirà són les que més ho van fer, ja que un 80% dels empresaris enquestats d'aquestes comarques van tancar de forma provisional, ja que les mesures aplicades en aquell moment impossibilitaven l'arribada de turistes i en conseqüència no sortia a compte tenir el negoci obert. En aquest sentit, més del 50 % dels negocis de les comarques de la Vall d'Aran, la Noguera, Pla d'Urgell i Cerdanya lleidatana van realitzar tancaments temporals. El tancament definitiu del negoci va ser aplicat per un 62% dels negocis consultats de les Garrigues però en proporció i per nombre absolut de tancaments definitius la comarca del Segrià és la que es va emportar la pitjor part. 54 tancaments que representen quasi el 40% de tots els definitius que es van produir al conjunt de totes les comarques a partir de les respostes rebudes. La resta de comarques presenten percentatges de tancament definitiu també destacables, a excepció de la Noguera i el Pallars Sobirà on dels enquestats sols va tancar definitivament un 12,5% i un 16,2% respectivament.

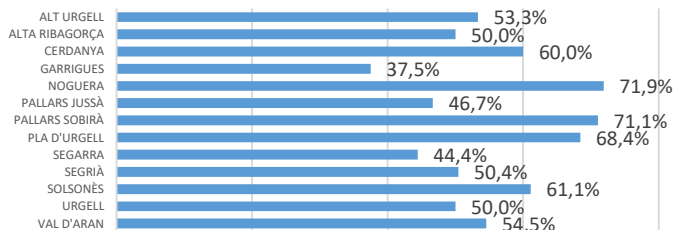
En relació al finançament i a sol·licitar ajudes en forma de crèdit totes les comarques van tenir negocis que es van veure obligats a demanar algun tipus d'ajuda. Amb percentatges que varien entre el 40% del Pallars Jussà i el 90% de la Segarra. La renegociació de les condicions de préstecs va ser utilitzada per poder tirar endavant amb el negoci, però els de les comarques de la Noguera, els dos Pallars i el Solsonès són els que es van veure menys necessitats de renegociar. Entre el 60 i 90% dels negocis de cadascuna de les comarques es van acollir a bonificacions i ajudes ofertes per l'administració local.

En els següents gràfics es pot observar detalladament com totes les comarques s'han vist afectades en major o menor mesura per la pandèmia i com van tenir la necessitat d'acollir-se a mesures, algunes d'elles molt dràstiques, per poder fer front a la situació que es va viure.

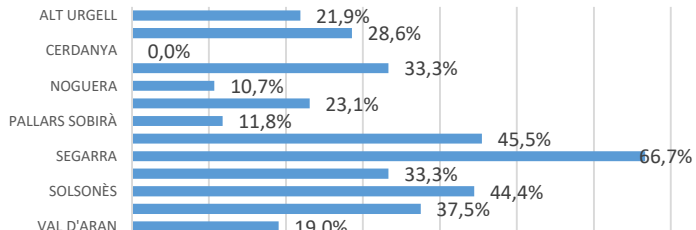
Gràfic 26. Mesures que ha hagut d'aplicar en el negoci per l'afectació de la COVID-19



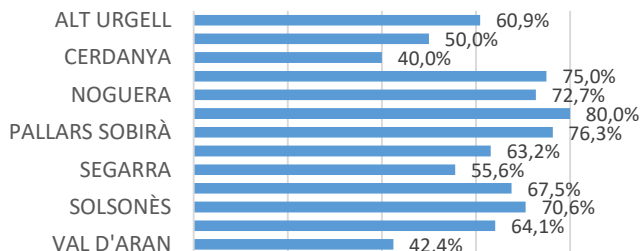
NECESSITAT D'UTILITZACIO D'EPIS ADDICIONALS ALS HABITUALS



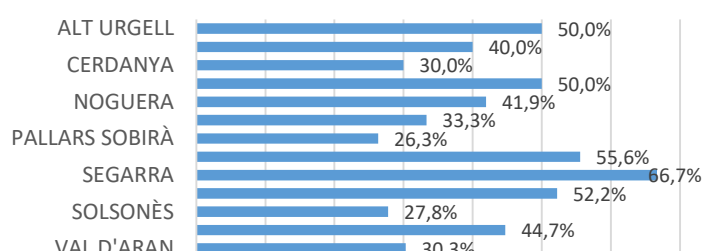
PERMIS RETRIBUÏT RECUPERABLE PER SERVEI NO ESSENCIAL



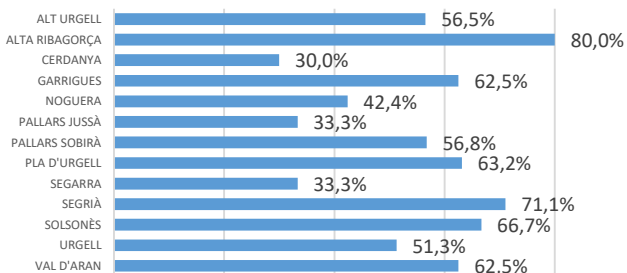
CANVI EN LES CONDICIONS DELS LLOCS DE TREBALL QUE HAN OCASIONAT UNA DISMINUCIÓ DE PRODUCTIVITAT



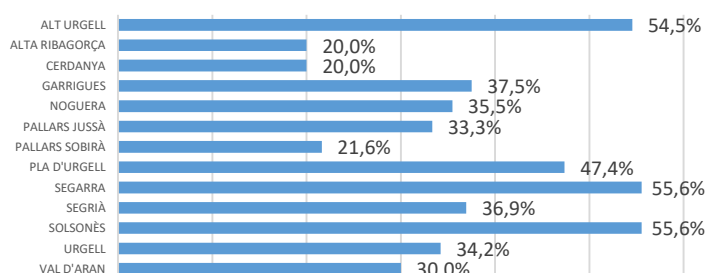
AJORNAMENT I/O FRACCIONAMENT DE PAGAMENTS A PROVEÏDORS



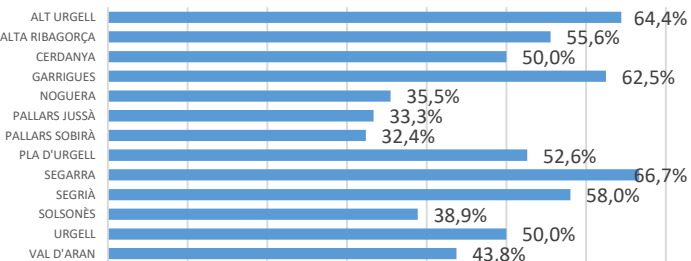
ERTE



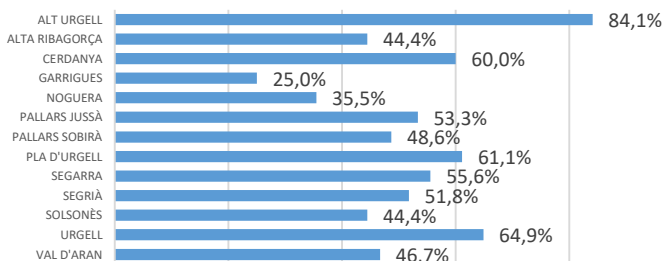
CERCA D'ALTRES TIPUS DE FINANÇAMENT



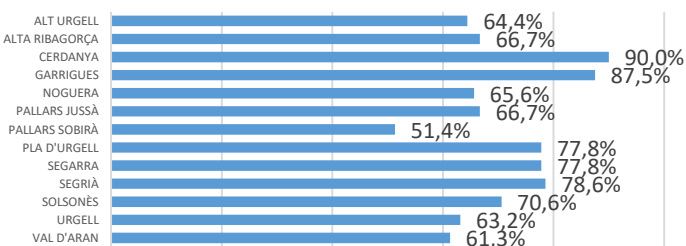
RENEGOCIAR CONDICIONS DE PRÉSTECES



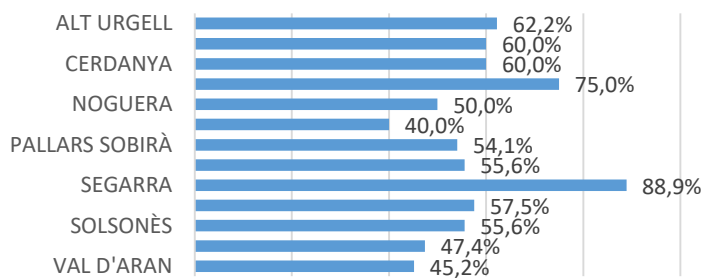
SUBSIDI PER AUTÒNOMS



ALTRES TIPUS D'AJUDES: TAXES I AJUDES MUNICIPALS, BONIFICACIONS...



CRÈDITS ICO O SIMILARS



6. MESURES PROPOSADES PER MILLORAR EL NEGOCI

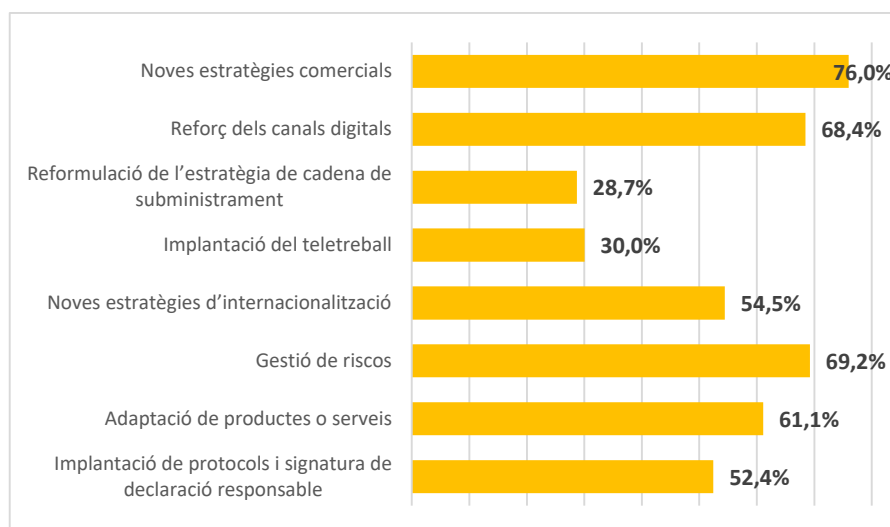
6.1. Mesures per adaptar el negoci de cara al futur

En aquesta apartat s'analitzaran les mesures que podrien ajudar als negocis de la demarcació a estar més preparats de cara al futur. La resposta que han donat els empresaris ha estat condicionada a unes mesures i canvis donats alhora de fer l'enquesta i per tant es tracta d'una resposta tancada a la pregunta: *Quins canvis creus que hauria de fer el teu negoci per estar millor preparat en el futur?*

Com a resultat, la majoria dels enquestats, un 76%, creu que cal adoptar noves estratègies comercials per adaptar-se als temps actuals. Una part important, quasi el 70%, també es decanta per la Gestió de risc, es a dir fer planificar la gestió dels riscos del projecte empresarial. Aquesta acció permetria decidir sobre l'acceptabilitat dels nivells de risc (avaluació del risc), prendre les mesures de prevenció per corregir-lo fins als nivells considerats acceptables i aplicar mesures de contenció i mitigació en el cas que es manifesti. Una acció molt important per identificar i preparar respostes adequades als riscos que poden afectar el projecte durant el seu desenvolupament, que no han estat previstos i que marcaran la viabilitat del negoci. Reforçar els canals digitals es una acció que el 68% dels enquestats veuen necessària per adaptar el negoci a l'era digital a la que ens trobem. La pandèmia no ha fet més que accelerar el procés i forçar a la majoria de negocis a digitalitzar-se per tirar endavant. Seguint en aquesta línia, un 60% considera que cal adaptar els seus productes o serveis, és a dir modificar el producte o servei perquè sigui ben acollit per diferents clients o mercats. Aquesta acció és important per introduir els productes i serveis a nous mercats turístics. Adoptar noves estratègies d'internacionalització també ajudaria a les empreses turístiques de la demarcació a captar turistes i visitants de mercats que freqüenten poc o gens la província; així ho creuen el 55% dels negocis enquestats.

En una línia més centrada en la seguretat i la higiene, el 52% dels empresaris són favorables a implantar protocols de seguretat i higiene i la signatura de declaració responsable. Una mesura que és vista com necessària, segurament, després de la crisi sanitària provocada per la COVID-19. Tant sols el 30% dels empresaris del sector turístic de la demarcació és favorable a implantar el teletreball, una xifra que s'entén degut a que el turisme no té sentit sense la presencialitat; tan sols algunes agències de viatges, empreses gestores, assessorament turístic i altres empreses relacionades amb els serveis turístics es poden permetre el teletreball. En canvi no té sentit en la restauració, la majoria de llocs de treball dels allotjaments i les diferents activitats turístiques que s'han de realitzar sobre el terreny. Per últim, només el 29% dels enquestats creu que cal una reformulació de l'estratègia de la cadena de subministrament.

Gràfic 27. Quins dels següents canvis creus que hauria de fer el teu negoci per estar millor preparat en el futur?

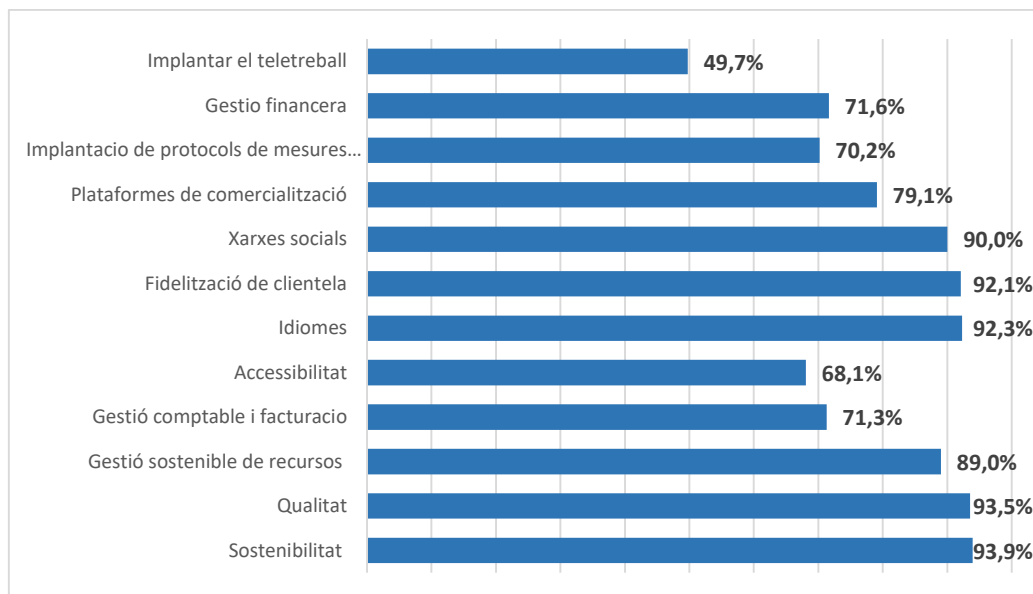


6.2. Formacions necessàries per a les empreses pel sector turístic

Els empresaris consideren necessari que ells i els seus treballadors rebin una sèrie de formacions per adaptar-se als temps actuals, per adquirir i desenvolupar competències que milloraran el rendiment del treballador i en conseqüència tindrà un impacte positiu en l'empresa. En el cas del sector turístic els enquestats assenyalen que hi ha certs tipus de formacions, sobretot les relacionades amb xarxes socials, idiomes i fidelització de la clientela, que possibilitaran la consolidació dels clients i sobretot permetran el contacte amb nous mercats i en conseqüència amb nous clients, en aquest cas, turistes i visitants. Més del 90% dels negocis creuen que cal formació en aquests aspectes indicats.

També és important, així ho creu el 71,3% del sector, rebre formació sobre plataformes de comercialització; tant per consolidar coneixements com per actualitzar-se i conèixer els nous productes. Cada vegada es més necessari repensar el model turístic actual i el model de turisme sostenible està al ordre del dia. Quan parlem de turisme sostenible, no només ens referim a aspectes mediambientals, sinó també econòmics i socials. Turisme sostenible és viatjar sense presses, gaudint de l'autenticitat del territori i integrant-nos en la forma de vida dels seus habitants. I en aquests aspectes es basa gran part de l'oferta de la demarcació de Lleida, una oferta que els empresaris del sector volen consolidar i ampliar i per aquest motiu més del 90% dels enquestats veuen necessari rebre formacions sobre qualitat i sostenibilitat i gestió sostenible dels recursos. Aspectes formatius de tipus financer i comptable es consideren útils però en menor mesura que els anteriors, un 71% dels negocis veu necessària la formació en aquests aspectes. Tal i com s'ha fet referència a l'apartat 6.1, la pandèmia ha generat un augment sobre la necessitat de millorar en aspectes de seguretat i higiene, i el 70% dels empresaris consideren que cal formació sobre aquests aspectes. En canvi, tal i com també s'ha comentat a l'apartat anterior, menys de la meitat dels enquestats creuen que s'ha de fer formació sobre la implementació del teletreball.

Gràfic 28. Quins dels següents canvis creus que hauria de fer el teu negoci per estar millor preparat en el futur?



6.3. Mesures per fidelitzar els nous clients

En aquest apartat s'analitzen les respostes que els enquestats han donat a la resposta oberta de "Que caldria fer per fidelitzar aquest nou client que no venia anteriorment a la província de Lleida?". Degut a la gran quantitat i diversitat de respostes rebudes aquestes s'han categoritzat per poder fer un anàlisi més concret i acurat. Les categories de les respostes han estat les següents:

- 1- Ajudes econòmiques per renovació del negoci i millor la sostenibilitat
- 2- Suport per part de les administracions
- 3- Formació en idiomes
- 4- Formació en fidelització del client
- 5- Inversió en publicitat i campanyes de promoció de la demarcació
- 6- Inversió en polítiques turístiques
- 7- Creació de sinergies per fer promoció conjunta
- 8- Paquets de descomptes per als turistes i visitants
- 9- Millora de la qualitat del servei

El conjunt de respostes rebudes demostra un ampli acord en que calen paquets d'ajudes per part de l'administració que serveixin per renovar el negoci, millorar-ne la sostenibilitat i rebre formació que ajudi a fidelitzar aquest nou client. També coincideixen en que cal crear sinergies entre les diferents empreses del sector i l'administració per promocionar la demarcació. Cal invertir en polítiques turístiques per definir el model i adaptar-se a la demanda actual. Per últim, hi ha un consens en que cal millorar la qualitat del servei que s'ofereix per a que aquest nou client es converteixi en habitual.

7. CONCLUSIONS

De l'informe elaborat a partir de l'enquesta telefònica realitzada a 402 empresaris del sector turístic de la demarcació de Lleida sobre les conseqüències de la crisi de la COVID-19 al sector, es dedueixen les següents conclusions:

- 1- L'impacte de la COVID-19 en el sector turístic de la província de Lleida ha estat significatiu. Les empreses d'allotjament turístic i restauració, les que representen el major percentatge d'empreses participants a l'enquesta, han estat les més afectades.
- 2- L'impacte en els negocis i les vendes ha estat majoritàriament negatiu, amb més de dos terços dels empresaris enquestats indicant un impacte molt negatiu. Tot i això, aproximadament un terç de les empreses han aconseguit mantenir el mateix volum de facturació o fins i tot augmentar-lo.
- 3- Pel que fa a l'ocupació, la majoria de les empreses van aplicar ERTES temporalment durant la pandèmia, però actualment, la majoria han recuperat el mateix nombre de treballadors que tenien abans de la COVID-19. Algunes empreses fins i tot han augmentat la seva plantilla.
- 4- Les restriccions de mobilitat imposades durant la pandèmia han tingut un impacte significatiu en el nombre de turistes i visitants a la província de Lleida. Tot i que s'ha observat un augment d'arribada de turistes locals, especialment de la mateixa província i de Catalunya, s'ha registrat una disminució en els turistes d'altres parts d'Espanya, França, Europa i altres països.
- 5- Només una petita proporció d'empresaris han implementat iniciatives comercials per adaptar-se a les restriccions i superar la paràlització causada per la pandèmia. Les mesures més utilitzades han estat les campanyes de promoció i fidelització i l'ús de canals de venda en línia.
- 6- Les empreses han pres diverses mesures per fer front als efectes de la COVID-19, com sol·licitar ajuts i bonificacions ofertes per les administracions, canvis en les condicions de treball, sol·licitar crèdits ICO o similars, ajornar i/o fraccionar els pagaments a proveïdors i tancar temporalment o definitivament el negoci. Sent aquesta última una decisió que ha afectat a un 35% dels empresaris enquestats.

En resum, el sector turístic de la província de Lleida va patir un impacte significatiu a causa de la COVID-19, amb una disminució en les vendes, la necessitat d'aplicar mesures d'ocupació temporals i una disminució en el nombre de turistes i visitants però les empreses han pres diverses mesures per adaptar-se a la nova realitat i superar la crisi. Una superació que es demostra amb el significatiu augment de turistes de la mateixa província i de la resta de Catalunya per gaudir del seu temps lliure. Els empresaris del sector volen fidelitzar aquest nou client i que es converteixi en habitual i per fer-ho consideren, de forma consensuada, que és crucial comptar amb el suport econòmic i el suport de les administracions, així com invertir en estratègies de promoció, formació i millora contínua.

En implementar aquestes mesures, es podran desenvolupar estratègies efectives per adaptar-se a la demanda actual i garantir la satisfacció i la fidelitat dels clients.

Per adaptar-se i estar millor preparats de cara al futur, els empresaris del sector turístic consideren que cal adoptar una sèrie de mesures i rebre formació. Unes mesures i formacions que es resumeixen en les següents:

1. Noves estratègies comercials per atraure i retenir clients.
2. Gestió de riscos mitjançant la planificació i la mitigació dels riscos empresarials.
3. Reforç dels canals digitals per aprofitar les oportunitats de l'era digital.
4. Adaptació de productes o serveis per satisfer les demandes canviants dels clients.
5. Noves estratègies d'internacionalització per captar turistes de mercats no habituals.
6. Implementació de protocols de seguretat i higiene per garantir la seguretat dels clients i dels empleats.
7. Formació en diversos aspectes rellevants per al sector turístic, com ara xarxes socials, idiomes, fidelització de clients, plataformes de comercialització, qualitat i sostenibilitat, gestió financera i comptable, així com seguretat i higiene.

Aquestes mesures i formacions reflecteixen la necessitat d'adaptar-se als canvis i reptes actuals, aprofitant les oportunitats que ofereix la digitalització i responent a les preocupacions de seguretat i qualitat del sector turístic. La formació continuada també és crucial per mantenir-se actualitzat i adquirir les habilitats necessàries per afrontar els reptes futurs. Cal destacar que cada negoci és únic i les mesures específiques a implementar poden variar segons les circumstàncies i les característiques individuals de cada empresa.

8. ANNEX

Esquema de l'enquesta

1. Codi postal de l'empresa turística
2. La seva empresa es dedica principalment al sector turístic
 - a. Sí
 - b. No
3. Sector d'activitat principal
 - a. Allotjaments turístics [dubte: desagregar en hotels, càmping...]
 - b. Restauració
 - c. Activitats turístiques
 - d. Agència de viatges
 - e. Transport
 - f. Productors
 - g. Administració pública (parcs naturals, oficines de turisme...)
 - h. Altres
4. Quants treballadors té l'empresa?
 - a. Autònom
 - b. Microempresa (0-10)
 - c. Petita empresa (11-50)
 - d. Mitjana (51-250)
 - e. Gran empresa (més de 250 treballadors)
5. Quin considera que ha estat l'impacte de la COVID en el seu negoci
 - a. Valorar de l'1 al 5 . (1.NO HA TINGUT IMPACTE – 5. HA AFECTAT MOLT)
6. Com han evolucionat les seves vendes i/o reserves respecte l'any 2019?
 1. Clarament inferiors a l'any passat
 2. Inferiors a l'any passat
 3. Iguals a l'any passat
 4. Superiors a l'any passat
 5. Clarament superiors a l'any passat
7. Han recuperat el nombre de treballadors d'abans de la COVID-19?
 - a. No, som menys que abans
 - b. Sí, som els mateixos que abans
 - c. Sí, som més que abans
 - d. NS/NC

8. Han adoptat alguna iniciativa empresarial o aposta comercial per adaptar-se als efectes de la COVID19?
 - a. Sí
 - b. No

9. Han adoptat alguna de les següents iniciatives empresarial o aposta comercial per adaptar-se als efectes de la COVID19?
 - a. Campanyes de promoció
 - b. Campanyes de fidelització
 - c. Formació
 - d. Aposta per canals de venda online
 - e. Ajuntar esforços amb altres empreses
 - f. Altres

10. En cas d'haver adoptat alguna aposta comercial, quins mitjans ha utilitzat per a la seva comercialització?
 - a. Venda presencial/telèfon
 - b. Web pròpia
 - c. Altres webs o plataformes
 - d. Correu electrònic
 - e. Agències de viatge
 - f. Altres empreses
 - g. Altres

11. Han hagut d'aplicar alguna de les següents mesures en el negoci per l'afectació de la COVID19?
 - a. Tancament temporal de negoci
 - b. Tancament definitiu
 - c. Ajornament i/o fraccionament de pagaments a proveïdors
 - d. Canvi en les condicions dels llocs de treball que han ocasionat una disminució de productivitat
 - e. Renegociar condicions de préstecs
 - f. ERTE
 - g. Crèdits ICO o similars
 - h. Cerca d'altres tipus de finançament
 - i. Subsidi per autònoms
 - j. Altres tipus d'ajudes: taxes i impostos municipals, bonificacions..
 - k. Necessitat d'utilització d'EPis addicionals als habituals
 - l. Permís retribuït recuperable per servei no essencial
 - m. Cap mesura

12. Els canvis en el turisme motivats per la COVID han comportat algun problema com...
- Massificació
 - Disminució de l'oferta
 - Arribada de turistes poc habituals en l'espai
 - Manca de digitalització de l'empresa
 - Higiene i seguretat
 - Altres
13. Després de l'etapa de confinament, com ha evolucionat l'arribada d'aquests grups de turistes? (0.No en tinc; 1 a 2. A disminuït; 3 a 4. Es manté igual; 5. Ha augmentat molt)
- Turisme lleidatà
 - Turisme català
 - Turisme espanyol
 - Turisme francès
 - Altres turistes europeus
 - Altres turistes
14. Creu que el turisme que no venia habitualment i que ha vingut en temps de COVID, seguirà venint?
- Probablement sí
 - Sí
 - Probablement no
 - No
15. Que caldria fer per fidelitzar aquest client?
16. Quins dels següents canvis creus que hauria d'aplicar o adoptar el teu negoci per estar millor preparat en el futur?
- Noves estratègies comercials
 - Reforç dels canals digitals
 - Reformulació de l'estratègia de cadena de subministrament
 - Implantació de noves formes de treball com el teletreball
 - Noves estratègies d'internacionalització
 - Gestió de riscos
 - Adaptació de productes o serveis
 - Implantació de protocols i signatura de declaració responsable
 - NS/NC

17. Dels següents tipus de formacions quines creus que són necessàries per a la teva empresa?
- a. Implantar el teletreball
 - b. Gestió financera de la meva empresa
 - c. Implantació de protocols de mesures higienicosanitàries i de seguretat
 - d. Plataformes de comercialització
 - e. Xarxes socials
 - f. Fidelització de clientela
 - g. Idiomes
 - h. Accessibilitat
 - i. Gestió comptable i facturació
 - j. Gestió sostenible de recursos
 - k. Qualitat
 - l. Sostenibilitat

9. BIBLIOGRAFIA

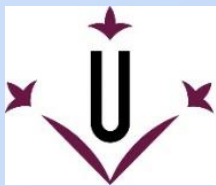
Basquetour: Agencia Vasca de Turismo (2020). *Impacto COVID-19 Euskadi_Sector Turístico*. Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco.

Diputación de Cáceres (2020). *Estudio sobre el impacto del COVID-19 en el sector turístico de la provincia de Cáceres*. Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la Diputación de Cáceres.

Gallizo, J.L., Ferrer, B., Moltó, M., Moreno, J., Pagès, A., Rius, J., Tena, A., Vendrell, A., Vintró, C. (2020). *Informe sobre els resultats de l'enquesta de la crisi de la COVID-19 a Lleida i a la seva demarcació*. Patronat de Promoció Econòmica de la Diputació de Lleida i Universitat de Lleida.

Observatorio Turístico de Navarra (2020). *Encuesta sobre el impacto de la crisis del Covid-19 en la actividad de las empresas turísticas*. Gobierno de Navarra.

Poveda, C., Moreno, J. (2022). *Memòria Econòmica de Lleida 2021*. Cambra de Comerç de Lleida.



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme