

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA



EN BUSCA DE
**MEDIDAS Y
ESTRATEGIAS**
PARA UN NUEVO
CICLO EN EL
TURISMO





EN BUSCA DE
**MEDIDAS Y
ESTRATEGIAS**
PARA UN NUEVO
CICLO EN EL
TURISMO



El turismo está siendo sin duda uno de los sectores productivos más afectados por la crisis sanitaria.

Los resultados de esta encuesta tienen la intención de contribuir a minimizar la incertidumbre y dibujar una hoja de ruta para que el sector turístico en Las Palmas de Gran Canaria salga de esta crisis más capacitado y preparado, así como lo antes posible.



EN BUSCA DE
**MEDIDAS Y
ESTRATEGIAS**
PARA UN NUEVO
CICLO EN EL
TURISMO



TRABAJO DE CAMPO

Fecha: Mayo, 2020

Envíos: 87

Respuestas: 57

Tasa de respuesta: 65,6%

Sectores: empresas de turismo activo y alojamiento hotelero y extrahotelero.



EN BUSCA DE **MEDIDAS Y ESTRATEGIAS** PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



A. IMPACTO DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.

Según un informe de la Organización Mundial del Turismo, los atentados del 11 septiembre de 2001 impactaron con un -2% en los ingresos por turismo internacional, el coronavirus del SARS en 2003 en un -1,4% y la crisis económica en 2019 con un -5,4%.

La estimación del impacto del Covid-19 apunta a una reducción entre -20% y -30% en número de turistas a nivel mundial.

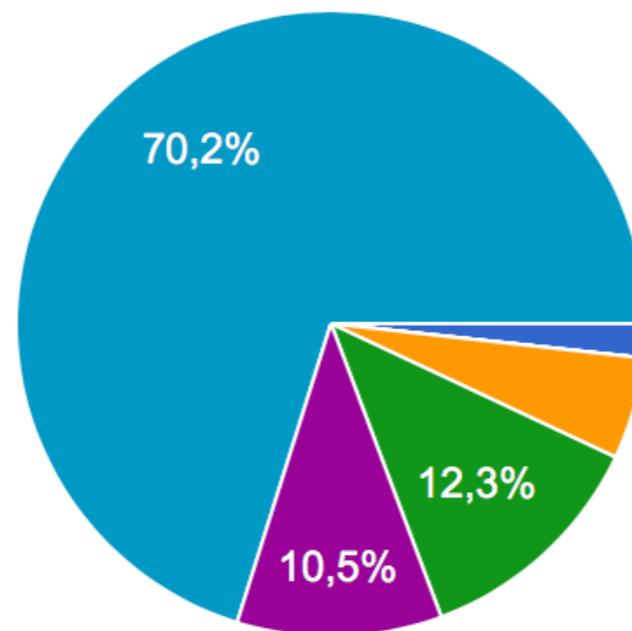
El objetivo de este apartado es conocer la estimación del impacto que el Covid-19 hará en el sector turístico de Las Palmas de Gran Canaria, y para ello hemos formulamos las siguientes preguntas.



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Cuál cree que va a ser el impacto en número de visitantes (turistas y excursionistas) en Las Palmas de Gran Canaria este año 2020?



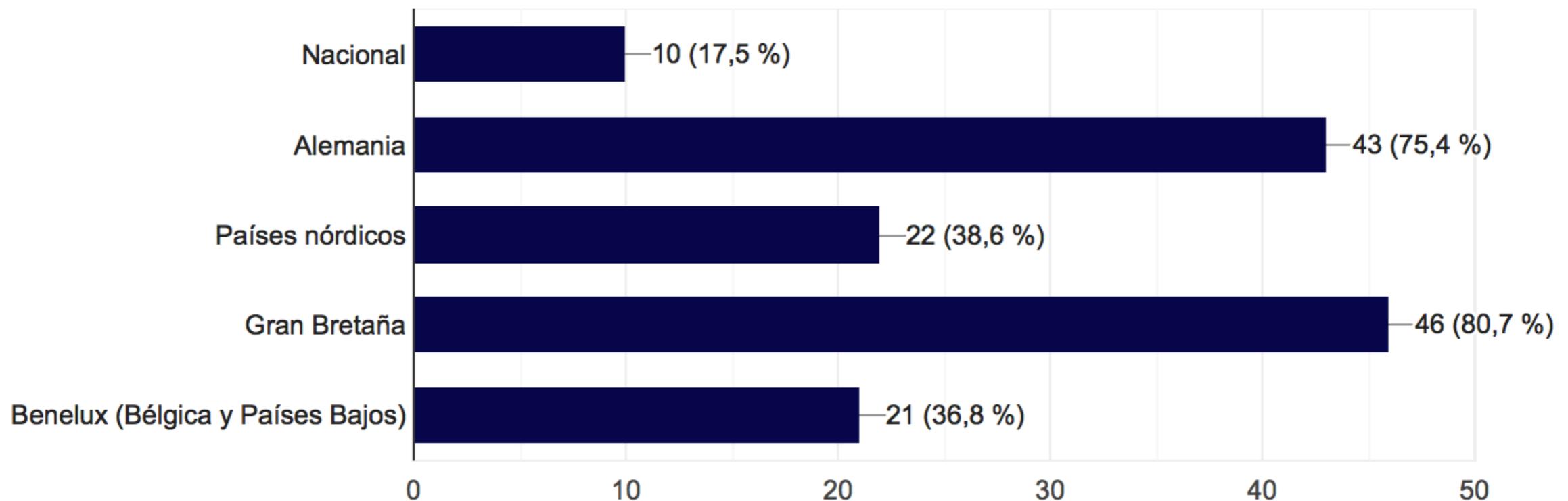
- Un 10% menos de visitantes
- Entre un 10% y un 20% menos de visitantes
- Entre un 20% y un 30% menos de visitantes
- Entre un 30% y un 40% menos de visitantes
- Entre un 40% y un 50% menos de visitantes
- Más de un 50% menos de visitantes



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



De los 5 principales mercados emisores de turistas alojados en Las Palmas de Gran Canaria ¿Cuáles cree usted que se verán más afectados y por lo tanto disminuirán? (Puede seleccionar más de una opción)

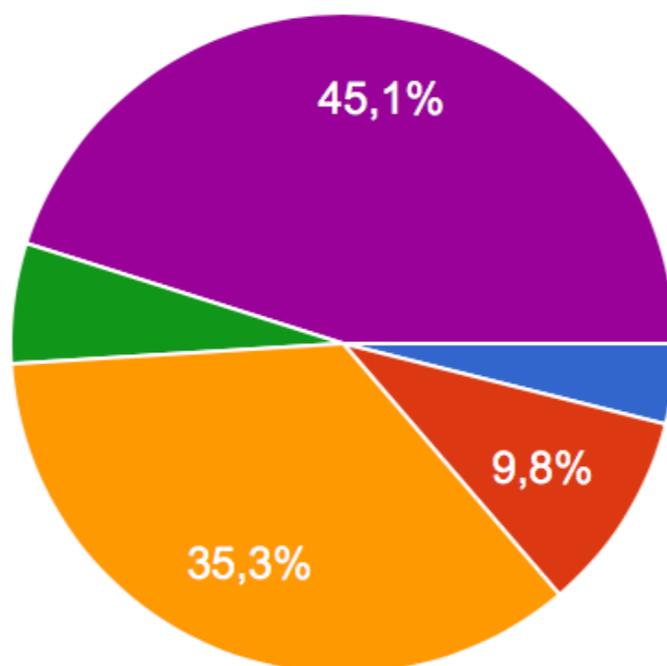




EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿A partir de qué mes ya está teniendo y aceptando reservas?



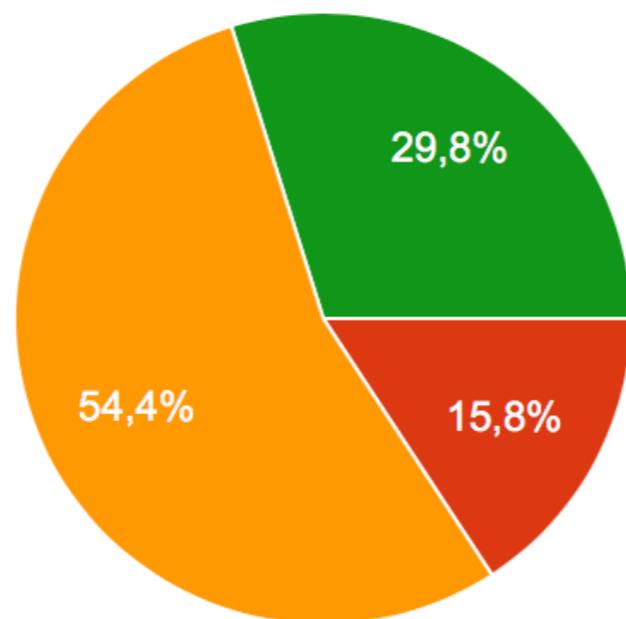
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- De septiembre en adelante



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Cuándo cree que su empresa empezará a notar la recuperación?



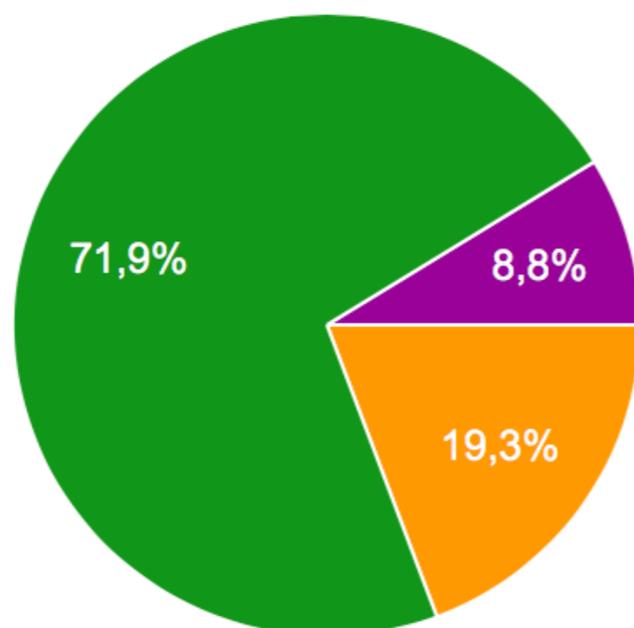
- Verano 2020 (junio, julio y agosto)
- Otoño 2020 (septiembre, octubre y noviembre)
- Invierno 2020 - 2021 (diciembre, enero y febrero)
- Primavera 2021 (marzo, abril y mayo)



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Cuál es la estimación de impacto económico del Covid-19 en su negocio este año 2020?



- Un 10% menos de facturación
- Entre un 10% y 30% menos de facturación
- Entre un 30% y 50% menos de facturación
- Más de un 50% menos de facturación
- Tendré que finalizar mi actividad lo que resta de año



EN BUSCA DE **MEDIDAS Y ESTRATEGIAS** PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



B. CLAVES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA OFERTA Y EL DESTINO LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.

El mundo volverá a viajar, aunque con cambios en las conductas de consumo. Los viajes de proximidad serán la clave de la recuperación a corto plazo. Todo indica a que la cultura del viaje post coronavirus será un proceso escalado en el que nos iremos animando a viajar más lejos a medida que pase el tiempo.

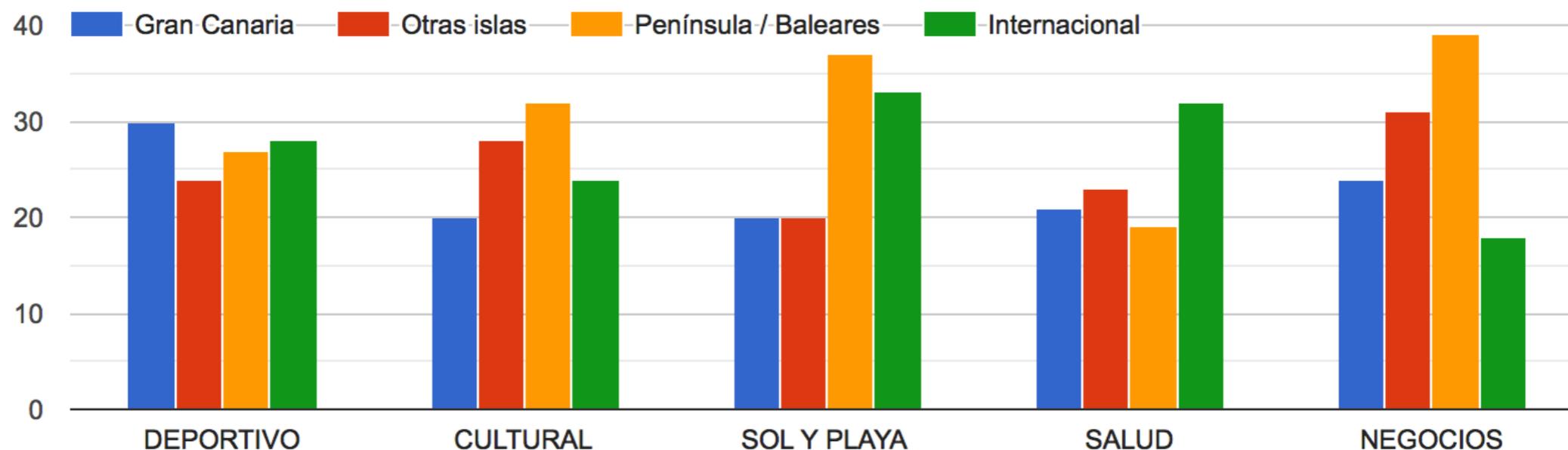
El objetivo de este apartado es conocer algunas de las claves de la recuperación y para ello hemos formulado las siguientes preguntas.



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



Durante los próximos meses todo indica que recibiremos en la ciudad visitantes y clientes de manera progresiva, empezando por los más próximos, el residente en Gran Canaria, para continuar con los residentes del resto de las Islas Canarias, hasta llegar a la fase de poder recibir viajeros nacionales e internacionales. Con la finalidad de poder confeccionar en consenso una hoja de ruta necesitamos conocer qué tipología/s de turismo cree usted que sería/n la/s más atractiva/s para cada mercado.

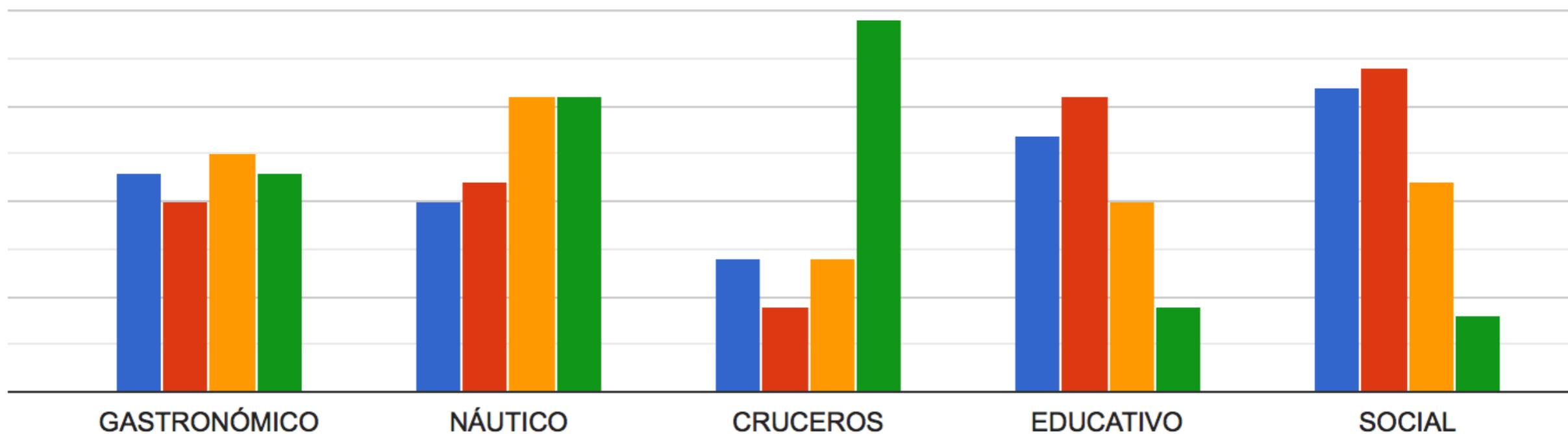




EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



■ Gran Canaria ■ Otras islas ■ Península / Baleares ■ Internacional

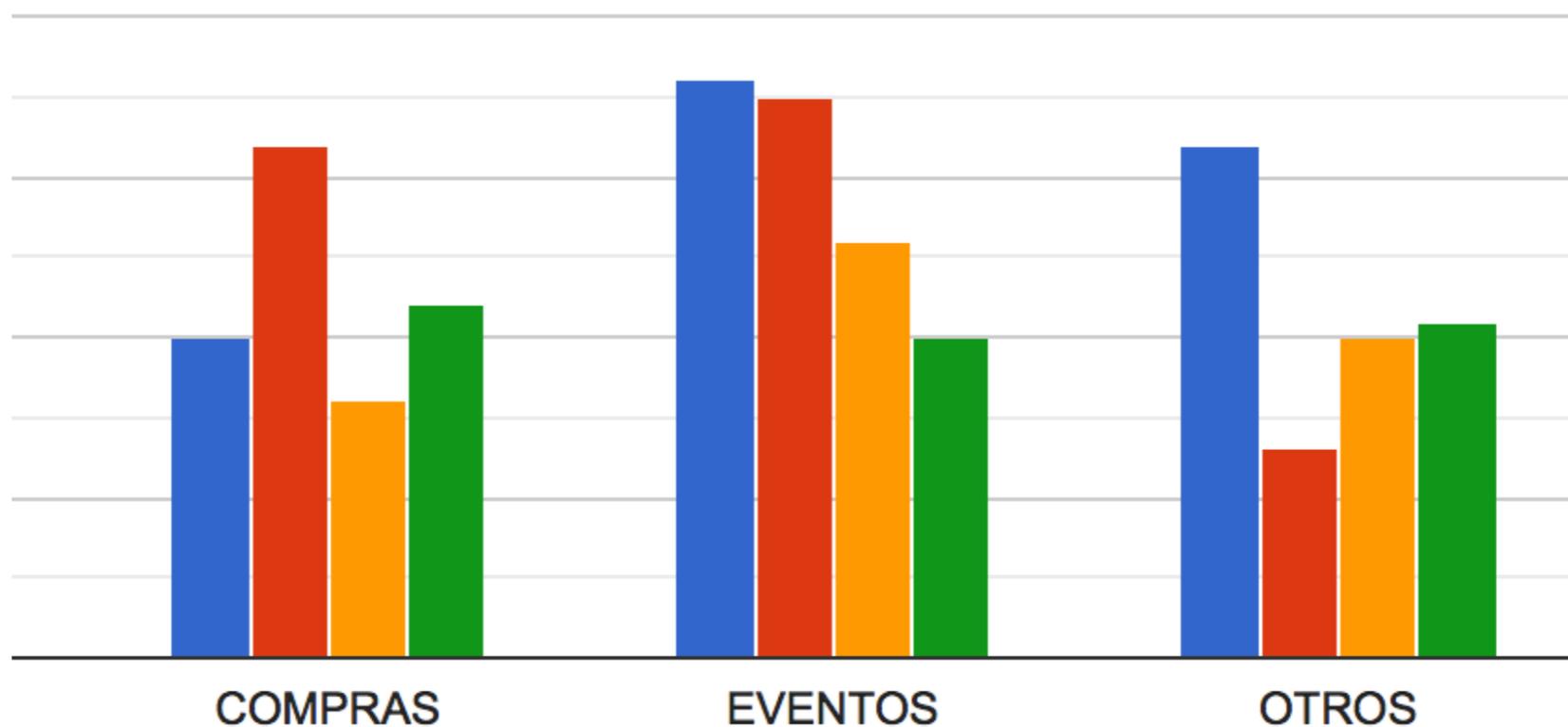




EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



■ Gran Canaria ■ Otras islas ■ Península / Baleares ■ Internacional

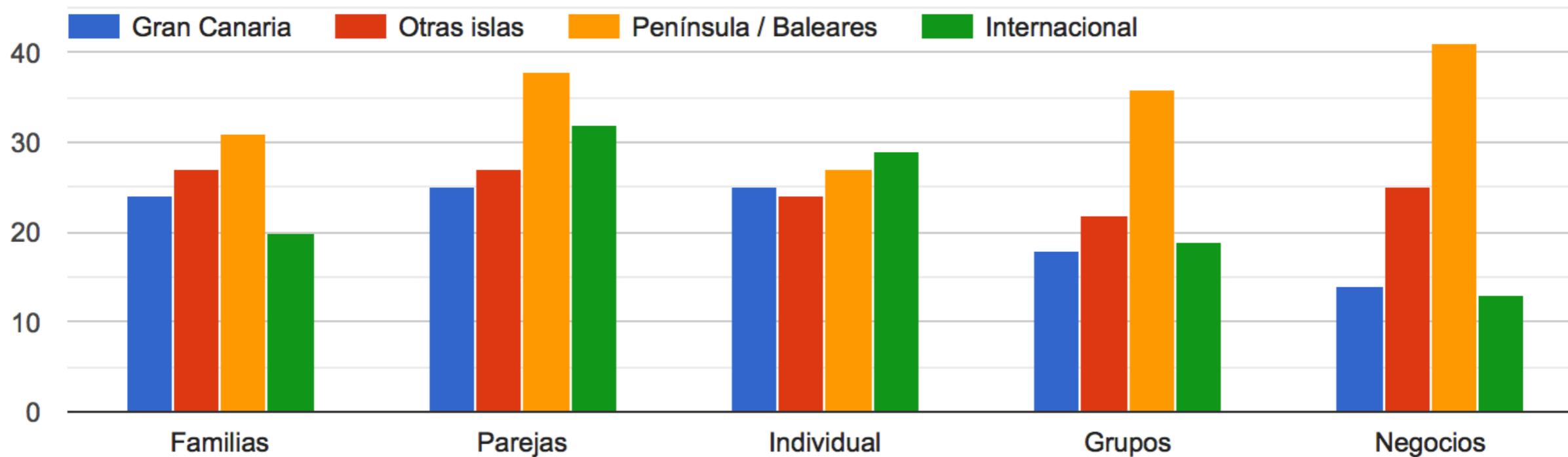




EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Cuál cree que será el perfil de su cliente mayoritario?

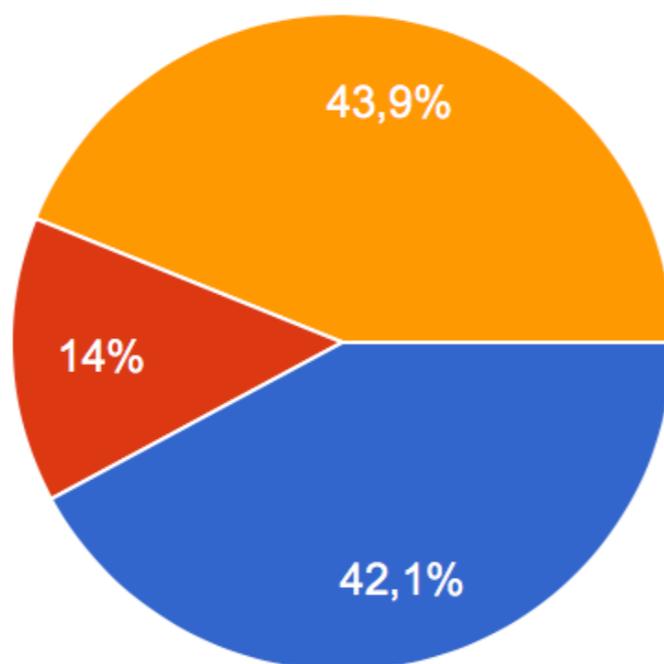




EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Piensa ofrecer alguna oferta, descuento o precio especial para el residente canario?



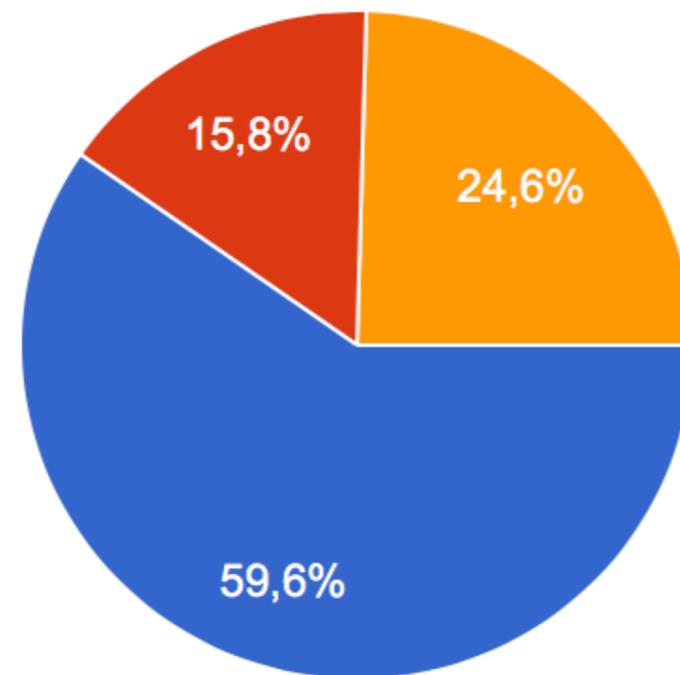
- Sí
- No
- Tal vez



EN BUSCA DE MEDIDAS Y ESTRATEGIAS PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



¿Cree usted que tendrá que adaptar su producto/servicio para una nueva tipología de viajero?



- Sí
- No
- Tal vez



EN BUSCA DE **MEDIDAS Y ESTRATEGIAS** PARA UN NUEVO CICLO EN EL TURISMO



CONCLUSIONES

Casi la mitad de las empresas creen que tendrán que adaptar su oferta a un nuevo perfil de viajero.

El sector confía en el turismo isleño (interior) y el peninsular para la recuperación, aunque no tiene confianza en que ésta se produzca antes del invierno.

El negocio turístico se prepara para la pérdida de un tercio de su mercado en 2020, con especial incidencia en los británicos y los alemanes: se prevé una pérdida de más de la mitad de la facturación.

La mayoría de empresas ya aceptan reservas desde julio en adelante.

  
LPAvisit.com



LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

CAPITAL CITY

