



Junta de Andalucía
Consejería de Turismo, Regeneración,
Justicia y Administración Local

PLAN DE CHOQUE DE TURISMO ANTE EL COVID-19



Qué pasó en 2019

AÑO 2019
32,5 Mill. Turistas
22.600 Mill. € (13% PIB)
424.000 ocupados (13% total)

Qué está pasando ahora

MAR-ABR-MAY 2020
3 MESES DE INACTIVIDAD SUPONEN:
Perder 8 Mill. Turistas (-25%)
Perder 7.000 Mill. € (-25%)
55.000 empleos en riesgo (-13%).

Cómo acabará 2020

AÑO 2020 - Recuperac. V

(Rápida recuperac. mcdos nac. e internac.)

23,1 Mill. Turistas (9,3 Mill. menos = -29%)

15.900 Mill. € (6.700 Mill. menos = -30%)

69.000 empleos en riesgo

AÑO 2020 - Recuperac. V-U

(Rápida recuperac. nac. / lenta internac.)

18,6 Mill. Turistas (13,9 Mill. menos = -43%)

12.600 Mill. € (10.000 Mill. menos = -44%)

103.000 empleos en riesgo

AÑO 2020 - Recuperac. U

(Lenta recuperac. mcdos nac. e internac.)

14 Mill. Turistas (18,5 Mill. menos = -60%)

9.300 Mill. € (13.300 mill. menos = -59%)

137.000 empleos en riesgo

ESCENARIOS DE RECUPERACIÓN



ACCIONES DE CONTINGENCIA

- Recomendar el **cierre de todos los establecimientos**.
- Solicitar al Gobierno central que ordenase el cierre.
- Solicitar al Gobierno central que los establecimientos **hoteleros** quedasen dentro del Decreto de estado de emergencia para que pudiesen **acogerse al sistema de ERTEs** y no hubiese despidos masivos.
- Coordinar la disponibilidad de hoteles para **medicalización o uso como refugios**.
- **Interlocución** permanente, para informar de la situación y de las medidas que se han ido poniendo en marcha, así como conocer las demandas.
- Solicitar al Gobierno central medidas de **protección** del sector en materia fiscal.
- Solicitar al Gobierno central **ampliación de ERTEs** más allá del estado de alarma.
- Diseñar un **nuevo programa de acción y medidas específicas** de apoyo.



PLAN DE CHOQUE

Más **flexible, dinámico y adaptable** a una realidad cambiante.

OBJETIVOS:

- **Reducir impacto de la crisis** derivada del COVID 19 en las empresas, evitar la pérdida de puestos de trabajo y fortalecer la estructura laboral.
- Preparar al sector para **afrentar una nueva etapa**.
- Potenciar la **investigación** y la **formación** como bases para este nuevo modelo.
- Posicionar a Andalucía como **destino turístico preferente**, especialmente en el **mercado nacional** (andaluz y resto de España).
- Promover Andalucía como **destino seguro**.



PLAN DE CHOQUE



ESTRATEGIA I

Mantenimiento,
rehabilitación y
reactivación del sector

ESTRATEGIA II

Preservación y
potenciación de la
marca Andalucía y su
fuerza como destino

PLAN DE CHOQUE



ESTRATEGIA I

Mantenimiento,
rehabilitación y
reactivación del sector

1. INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN

2. PLANES DE FINANCIACIÓN

3. INCENTIVOS FISCALES



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

1. INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN

IMPACTO

1.a) Incentivos a los **costes de contratación** para contratos fijos-discontinuos 1.000.000 €

Bonificación 50% costes SS para contratos fijos-discontinuos que se inicien en los 3 meses siguientes a la finalización del estado de alarma

1.b) Bonificación **cuotas de la Seguridad Social**

50.000 €

Bonificación 25% cuota SS para aquellos que mantengan actividad en marzo y abril. Se cubre así el 75%, sumando las ayudas del 50% del Estado.



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

1. INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN

IMPACTO

1.c) Bonificación en la **cuota de autónomos**.

5.922.000 €

Beneficiará a más de 14.000 autónomos + 5.600 guías turísticos del sector andaluz.

1.d) **Extensión de ERTes** más allá del estado de alarma

Con especial atención a trabajadores fijos discontinuos. Reclamado a Gobierno central.

1.e) Abono de **ayudas pendientes** de 2019.

397.916 €

Saldo 0 con empresas, se abonará lo pendiente con entidades locales (Subv. Playas).



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

2. PLANES DE FINANCIACIÓN Y LIQUIDEZ PARA EMPRESAS

IMPACTO

2.a) **Avales públicos**, a través del **Estado**

Activado 2º tramo: otros 20.000 Mill. € para renovaciones y nuevos préstamos (10.000 Mill. € para autónomos y pymes y 10.000 Mill. € para empresas no pymes).

2.b) **Avales propios** a través de la **Junta de Andalucía** (Consej. Hacienda)

144.000.000 €

Subvención a Sociedad de Avales y Garantías de Andalucía (Garántia).

Inversión de 36 Mill. €; varios sectores.

2.c) Asunción de **costes de constitución e intereses de avales propios**

45.000.000 €

de la Consej. de Turismo, a través de Garántia. Inversión de 5.000.000 €.



PLAN DE CHOQUE

2. PLANES DE FINANCIACIÓN Y LIQUIDEZ PARA EMPRESAS

2.d) Facilitar **liquidez empresarial** al sector de **hostelería**

Se han puesto ya a disposición 20.000.000 € para el Fondo Público Andaluz para la Financiación Empresarial y el Desarrollo Económico.

2.e) **Moratoria de deuda Hipotecaria**

Recogida en el Real Decreto-Ley 8/2020, de 17 de marzo. Sin intereses.

El Real Decreto-Ley 11/2020, de 31 de marzo, recoge que también se aplica a inmuebles afectos a la actividad económica de empresarios y profesionales.

PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

3. INCENTIVOS FISCALES

IMPACTO

3.a) Bonificación **tramo autonómico** del IRPF, ITP y ADJ

En estudio por la Consej. Hacienda

3.b) **Aplazamiento** del pago de impuestos.

28.000.000 €

Aprobado por la Junta de Andalucía (3 meses) y el Estado.

3.c) Compromiso de **no crear tasas turísticas** en 2020-2021

8.600.000 €

3.d) Solicitar a **Ayuntamientos** la **no creación de tasas turísticas ni subir impuestos** en 2020-2021.

PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

3. INCENTIVOS FISCALES

IMPACTO

3.e) Apoyo y línea específica de ayudas para los **hoteles refugio**.
Pago de habitaciones e inclusión de factores de calificación favorables.

1.000.000 €

3.f) **Agilización de ayudas** previstas en Presupuesto 2020.

10.800.000 €

Para mejorar la oferta e incentivar la inversión digital en turismo y sistemas de seguridad para potenciar la confianza del consumidor:

DGCIFT= 4.475.000 € (PLAYAS-PYMETUR y EMPRENTUR- todo FFEE)

SGTUR (Destinos Maduros)= 1.500.000 € (FFEE)

SGTUR (Resto disponible)= 4.100.000 €

SGTUR (PTGC Almería) = 600.000 €

SGTUR (Subvenciones nominativas)= 115.000 €

3.g) Fondo específico de **ayudas de la UE**.



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA I. Mantenimiento,
rehabilitación y reactivación del sector

ESTIMACION DEL **IMPACTO DIRECTO**
EN LA ECONOMIA TURÍSTICA DE
LA **ESTRATEGIA I:**

244 millones de euros

(con una repercusión global estimada de 747 millones de euros)



**4. REACTIVACIÓN TURISMO DE
PROXIMIDAD: ANDALUCÍA Y NACIONAL**

5. CAMPAÑAS EN MMCC

6. EVENTOS INTERNACIONALES

7. REFUERZO DE ALIANZAS

8. PATROCINIOS

9. TARJETA CULTURAL

10. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

11. AGILIZACIÓN PTGC + MMTT

12. DECRETO CLASIFIC. HOTELERA

13. RENEGOCIACIÓN ACUERDOS PPTT

PLAN DE CHOQUE



ESTRATEGIA II

Preservación y
potenciación de la
marca Andalucía y su
fuerza como destino



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

4. REACTIVACIÓN TURISMO DE PROXIMIDAD: ANDALUCÍA Y NACIONAL

- **Refuerzo** de las acciones destinadas al **mercado andaluz y nacional**

Andalucía conoce Andalucía. Jornadas profesionales en las 8 provincias.

Escápate a Andalucía. Escapadas de fin de semana.

Exprime tu verano. Madrid, Cataluña y Cdad. Valenciana.

Famtrip en todas las provincias

Foro Andalucía destino MICE

Promoción en otras comunidades (País Vasco, Castilla-León, Cataluña, Galicia)...

TOTAL INVERSIÓN EN PROMOCIÓN- 2.250.000 € + 760.000 € en Comunicación



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

5. CAMPAÑAS EN MMCC

- **Campaña de primavera**
- **Ventanas de comunicación permanente** (Andalucía + Nacional)
- **Campañas de refuerzo para Otoño** (Andalucía + Nacional)
- **Campaña internacional** (Mercados europeos recuperados)
- **Campaña de Navidad** (Andalucía + Nacional)
- **Nueva estrategia en RRSS...**

TOTAL INVERSIÓN EN MMCC- 4.370.000€



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

6. EVENTOS INTERNACIONALES

- **Presencia** en eventos de relieve que se organicen en **emisores** de interés

Andalucía 360º en París

IGTM Gales. (Reino Unido, OCT, Golf).

World Routes (Milán, SEP, Conectividad aérea) + *Destinazione Spagna* (Italia, OCT)

Marketing Digital (P. Nórdicos, SEP) + *Andalucía en Alemania* (OCT)

Andaluzia, flamenco e cavalos (Portugal, OCT, Flamenco + Ecuestre)

Conmemoración V Centenario (Chile, OCT, Origen & Destino)

Andalucía travel week (Reino Unido, NOV, Multisegmento)

World Travel Market (Londres, NOV, Multisegmento)...

TOTAL INVERSIÓN EN EVENTOS INTERNACIONALES- 1.380.000€



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

7. REFUERZO DE ALIANZAS

- Acuerdos de comarketing con **turoperadores**
(Multimercado)
- Acuerdos de comarketing con **compañías aéreas**
(Multimercado)

TOTAL INVERSIÓN EN REFUERZO DE ALIANZAS- 1.220.000€



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

8. PATROCINIOS ACTIVOS

Unicaja Baloncesto (en renegociación)

Carreras de Caballos de Sanlúcar

Circuito Alta Velocidad

Open Femenino de Golf

Kite Surf

Sancti Petri Concert Music Festival

SICAB

Torneo Internacional de Polo de Sotogrande

IAGTO Andalucía Trophy – Cádiz

INVERSIÓN EN PATROCINIOS- 1.365.000€

PATROCINIOS POSPUESTOS

GP Motos Andalucía + Acciones Paralelas

Valderrama Master

Congreso UNAV

Doñana Bird Fair y Doñana Natural Life

INVERSIÓN POSPUESTA- 5.264.000€

Contemplada su posible reasignación en un Programa de apoyo para la transformación digital de las pymes turísticas andaluzas

(Ya preparado, en espera de la evolución de estos eventos)



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

9. TARJETA CULTURAL

- Desarrollo de la **Tarjeta Cultural**

Producto de fidelización de los viajeros, especialmente de proximidad.

Apertura a la colaboración público-privada.

Sumará 50 nuevos recursos a los 50 de la RECA y Muesos ya contemplados:

PATRIMONIO HUMANIDAD + CATEDRALES + TOP TEN MUSEOS + "ANDALUCÍA ES MÚSICA"

Comienzo de la fase de comercialización (redacción de pliego).



PLAN DE CHOQUE

10. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

- **Andalucía Lab**

Acciones de formación a través de Andalucía Lab: 10 nuevos talleres, cursos monográficos y consultoría online.

- **Hotel Escuela Convento de Santo Domingo**

- **Nueva iniciativa: FICs, Foros de Intercambio de Conocimiento**

*Red de **Cátedras de Turismo**. Jornadas en las 8 provincias.*

- **Seguimiento permanente** de la evolución del sector y principales emisores

*Cuadro de Mando de Empleo - Mesa del Turismo
Sistema de alerta temprana que detecta recuperación de emisores.
Análisis de evaluación emocional y de intención de compra.*



PLAN DE CHOQUE

11. AGILIZACIÓN PLANES GRANDES CIUDADES Y MUNICIPIOS TCOS.

Aunque los plazos administrativos están ahora parados, adelantaremos todos los procedimientos para que las grandes ciudades y los municipios puedan contar con estas calificaciones cuanto antes y les ayude a reactivar el sector cuando pase la crisis.

12. PUESTA EN MARCHA DEL DECRETO DE CLASIFICACIÓN HOTELERA.

No se debe paralizar por la crisis, al ser una herramienta fundamental para la atracción de inversiones a Andalucía y, por tanto, una importante inyección económica que ayude a la reactivación de la economía andaluza tras estos meses de paralización.



PLAN DE CHOQUE

ESTRATEGIA II. Preservación y potenciación de
la marca Andalucía y su fuerza como destino

13. RENEGOCIACIÓN DE ACUERDOS CON LOS PATRONATOS.

Ante el cambio drástico de la situación, se considera necesario proceder a la revisión de los acuerdos suscritos con los Patronatos Provinciales de Turismo, ya que muchas de las acciones contempladas en los convenios correspondientes se han suspendido o aplazado.



PLAN DE CHOQUE

DE TURISMO ANTE EL COVID-19



ESTRATEGIA II

Preservación y potenciación
de la marca Andalucía y su
fuerza como destino

ESTRATEGIA I

Mantenimiento, rehabilitación
y reactivación del sector

1. INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN

**2. PLANES DE FINANCIACIÓN Y LIQUIDEZ
PARA LAS EMPRESAS**

3. INCENTIVOS FISCALES

**4. REACTIVACIÓN TURISMO DE
PROXIMIDAD: ANDALUCÍA Y NACIONAL**

5. CAMPAÑAS EN MMCC

6. EVENTOS INTERNACIONALES

7. REFUERZO DE ALIANZAS

8. PATROCINIOS

9. TARJETA CULTURAL

10. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

11. AGILIZACIÓN PTGC + MMTT

12. DECRETO CLASIFIC. HOTELERA

13. RENEGOCIACIÓN ACUERDOS PPTT



Junta de Andalucía
Consejería de Turismo, Regeneración,
Justicia y Administración Local

PLAN DE CHOQUE DE TURISMO ANTE EL COVID-19