

RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A EMPRESAS Y ENTIDADES ADHERIDAS A CREATURISME

SITUACIÓN ALERTA SANITARIA COVID-19

ABRIL Y MAYO 2020

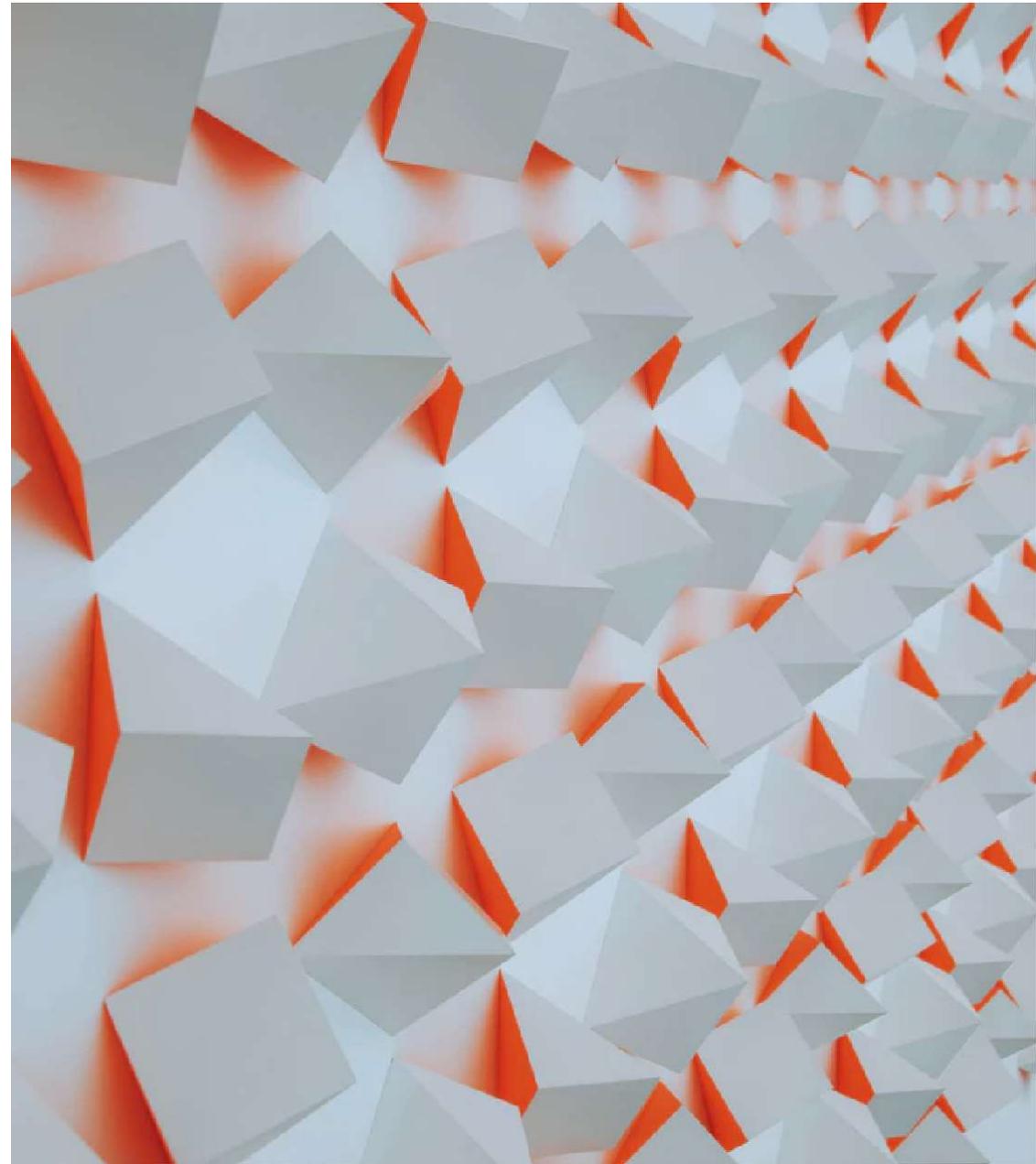
LA ENCUESTA

Turisme Comunitat Valenciana, al objeto de disponer de información directa de parte de los participantes de la estrategia Creaturisme sobre diferentes aspectos en que la situación de alerta sanitaria por COVID-19 pudieran reflejarse en su actividad, ha realizado una encuesta dirigida al total de empresas y entidades adheridas a los diferentes programas de producto de Creaturisme.

La encuesta se envió a través de correo electrónico a las 596 empresas y/o entidades adheridas al programa CreaTurisme y fue cumplimentada por 302. Se envió el día 17 de abril y se les dio de plazo de respuesta hasta el 1 de mayo.

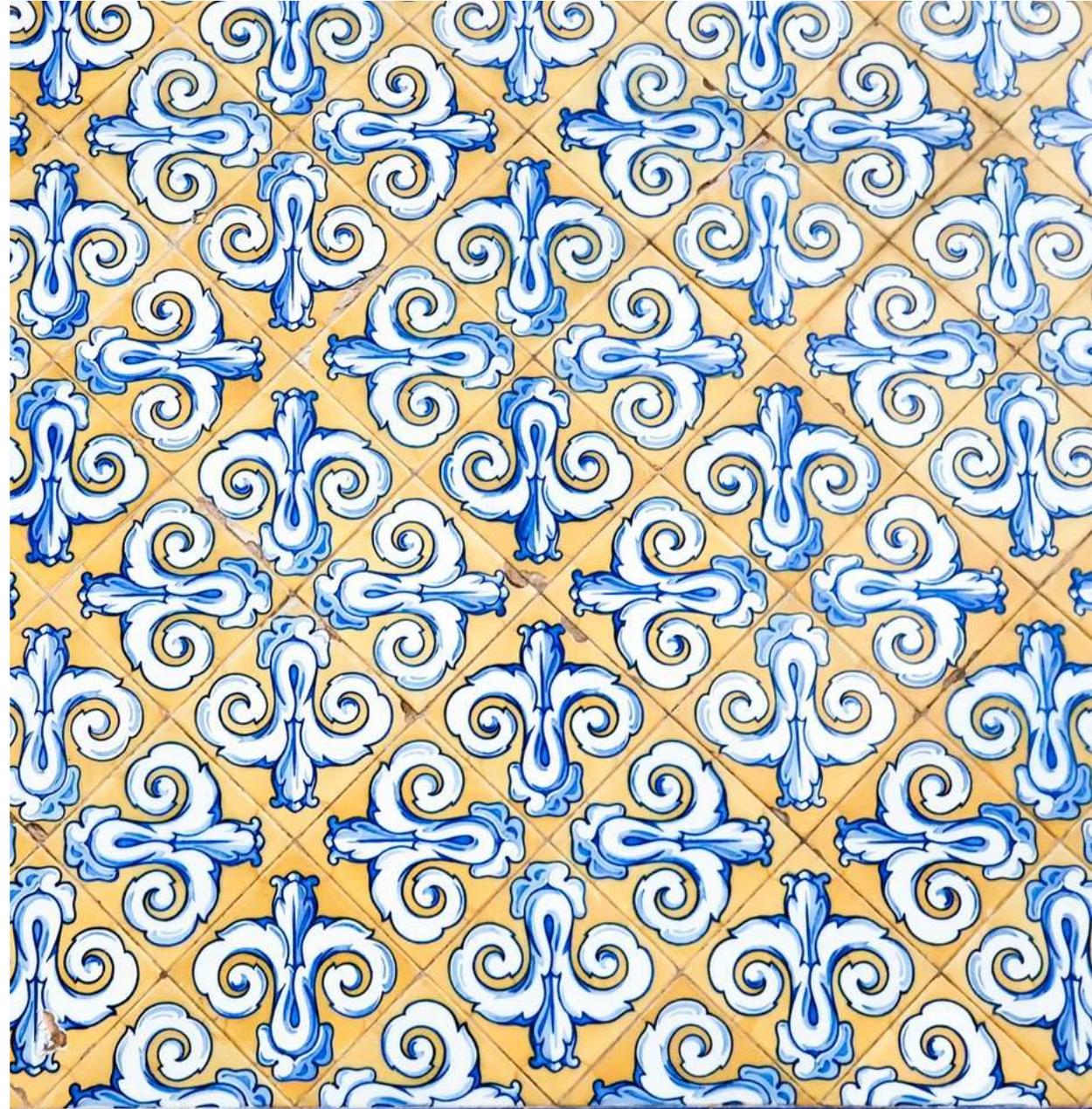
La herramienta utilizada para realizar la encuesta fue Google Forms. Se planteó como una encuesta anónima consistente en 25 preguntas tanto abiertas como cerradas que pudieran dar una aproximación a la realidad que estas empresas del sector turístico están viviendo en estos momentos.

Las respuestas obtenidas se agrupan en torno a las siguientes temáticas que planteaban las preguntas: datos sobre la distribución de la muestra, características de las empresas, tipo de empresa, situación actual, medidas adoptadas, impacto económico, financiero y laboral, seguimiento de la información y específicas sobre el programa CreaTurisme.



ÍNDICE

- 1 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA
- 2 CARÁCTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS
- 3 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS
- 4 IMPACTO FINANCIERO
- 5 ACCIONES INNOVADORAS
- 6 PROGRAMA CREATURISME





1. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

P O R P R O V I N C I A Y P R O D U C T O

De las 302 empresas que han contestado la encuesta:

ALICANTE_85

Activo y deportivo_48

Natural y rural_29

Cultural_23

Gastronómico_23

CASTELLÓN_83

Activo y deportivo_29

Natural y rural_34

Cultural_26

Gastronómico_23

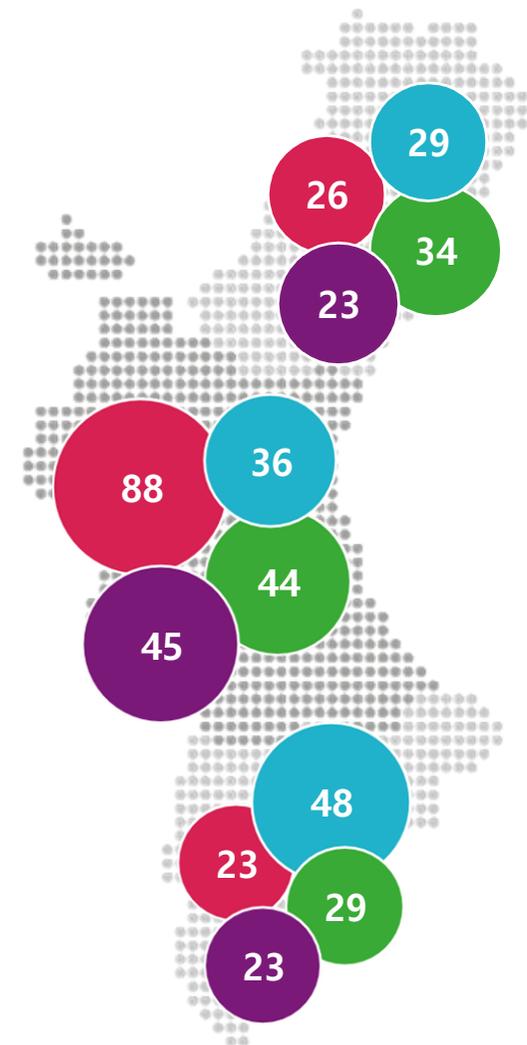
VALENCIA_134

Activo y deportivo_36

Natural y rural_44

Cultural_88

Gastronómico_45



Nota: La suma de los productos es superior al número de empresas por provincias ya que cada una de ellas puede pertenecer a varios productos.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

POR SECTOR DE ACTIVIDAD

De las 302 empresas que han contestado la encuesta:

- Turismo activo_60
- Alojamiento_45
- Agencia de viajes_33
- Espacio visitable (museo, bodega, teatro...)_30
- Guía turístico_16
- Instalación deportiva o portuaria_9
- Restauración_34
- Festivales, conciertos y eventos musicales_14
- Comercio y artesanía_5
- Empresa de actividad_23
- Otros_18
- Idiomático_15

En "Otros" se incluyen sectores: gestores públicos, escape room, fábrica de cerveza, salón de belleza, carnicería, peluquería, bar de copas, app turística, tablao flamenco, jardín demostrativo, difusión del camino del santo grial y trenes turísticos.





2. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

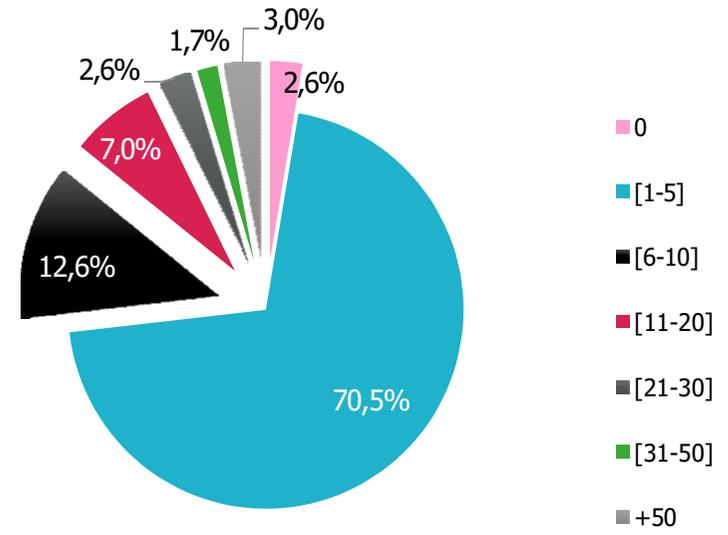
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

NÚMERO DE TRABAJADORES

La mayoría de las empresas tienen entre 1 y 5 trabajadores. Muchas de las empresas contestaron a esta pregunta con un 0 queriendo decir que no tenían empleados además de ellos (caso de muchos autónomos), en estos casos la respuesta fue corregida a posteriori. En otros casos se respondió 0 porque la empresa se hallaba cerrada, en estos casos se mantuvo el 0.

En el caso de las empresas organizadoras de eventos no se han tenido en cuenta las contrataciones de personal extra para la realización de tales eventos, en estos casos las horquillas podían ir de los 4 trabajadores fijos a los 300 en un evento.

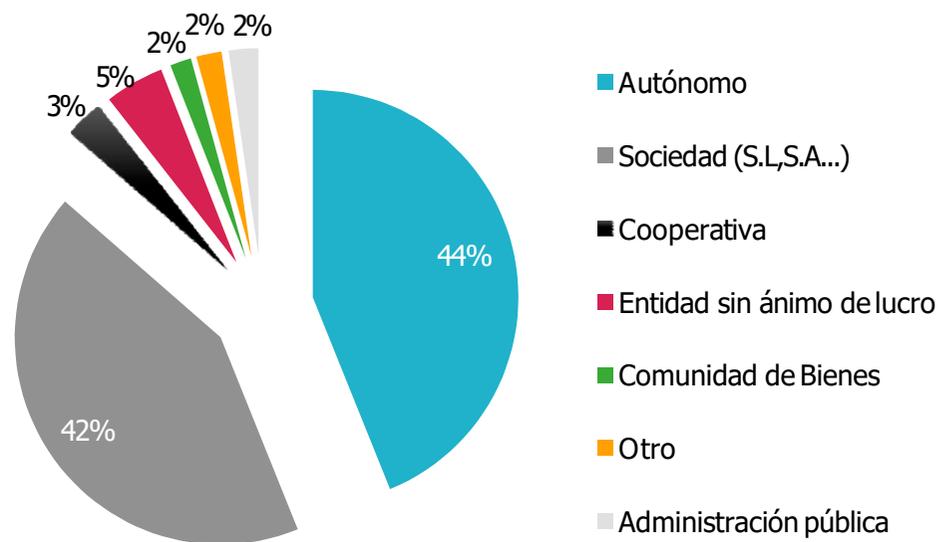
En el caso de trabajadores a tiempo parcial se ha considerado un 0,5 para calcular el total.



CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

T I P O D E E M P R E S A

El 44% (132) de los encuestados son autónomos, el 42% (128) son sociedades. En las respuestas cerradas que se le daban al encuestado sólo aparecían las opciones de autónomo, sociedad, cooperativa y otro, éste último con posibilidad de especificar la tipología. Al revisar los datos y ver que había frecuencias considerables en las otras tipologías se seleccionaron algunas que se consideraron individualmente: entidad sin ánimo de lucro, comunidad de bienes y administración pública.





3. SITUACIÓN ACTUAL

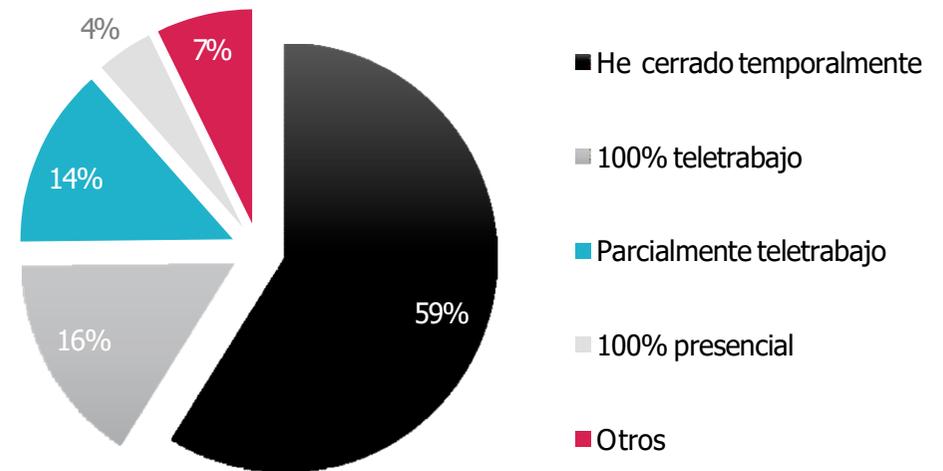
CÓMO ESTÁN OPERANDO

El 59% (178) ha tenido que cerrar, de ellas tan sólo 61 han comunicado a Turisme Comunitat Valenciana.

En ocasiones el teletrabajo es porque destinan el tiempo a actualizar las redes sociales, a modificar o cancelar reservas o a mejorar los proyectos.

Del apartado “otros” a continuación se exponen algunos de los comentarios que lo acompañaban:

- Se mantiene una actividad mínima por parte de los socios.
- Estoy totalmente parado, pero no he cesado la actividad.
- 2 Teletrabajo, 2 ERTE (empleados) y 1socio de baja actividad.
- Aunque el Museo está cerrado, el personal sigue trabajando.
- La empresa no puede organizar eventos, ni festivales, teletrabajo residual.
- Temporada estival.
- Algo de venta online pero no da ni para cubrir gastos.
- Servicios mínimos y de urgencia.
- No habíamos llegado a abrir /a comenzar la actividad.
- La parte de las visitas a los campos de naranjas cerrada temporalmente. La actividad de venta de cítricos sigue su curso.
- Se mantiene atención telefónica y mantenimiento del parque.
- Solo aporte de alimentación para buitres del Proyecto Canyet en Alcoi.
- Personal jardinería presencial.
- Web abierta, pero sin ventas y con anulaciones de todo lo vendido anteriormente.
- No estamos prestando ningún servicio de Turismo Activo, ecuestre. Pero no podemos cerrar por que hay que cuidar a los animales.
- Solo reparto a domicilio.
- Teletrabajo para gestionar cambios y cancelaciones, ninguna venta.
- Retomando contactos establecidos, rehacer la web a la actualidad (TURFAZ fue creada en 1993 en Francia).



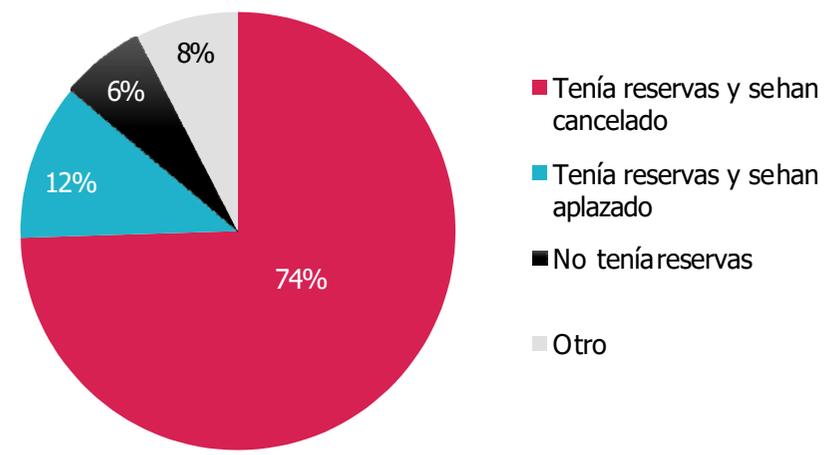
SITUACIÓN ACTUAL

SITUACIÓN DE LAS RESERVAS

Al 74% (225) de las empresas le han cancelado las reservas, tan sólo a un 12% (35) les han dado la posibilidad de aplazarlas.

Analizando las respuestas que se han dado en el apartado "otro" destacar que muchas de ellas pertenecen al turismo musical. Debido al Covid-19 se han suspendido todos los festivales y han tenido que paralizar la venta de entradas y esperar a saber si los eventos finalmente serán aplazados o cancelados para la devolución de los importes.

En el apartado "otro" también hay respuesta de empresas que no trabajan a través de reservas y varias respuestas que dicen haber tenido un porcentaje de reservas aplazadas y otras canceladas.



SITUACIÓN ACTUAL

PLAN DE CHOQUE

En esta pregunta se les ha preguntado si está llevando a cabo medidas de plan de choque en sus empresas, en caso de respuesta positiva se les pide que las expliquen y en caso de respuesta negativa que expliquen porqué no lo están haciendo.



MEDIDAS

- 65,4% (140 empresas)_ Reajuste de costes y gastos fijos
- 57,5% (123 empresas)_ Revisión y adaptación de mis productos
- 55,1% (118 empresas)_ Adaptación de mi estrategia de marketing
- 46,7% (100 empresas)_ Emisión de un comunicado a mis clientes
- 41,6% (89 empresas)_ Revisión del presupuesto de publicidad
- 40,7% (87 empresas)_ Solicitud de préstamos ICO
- 33,2% (71 empresas)_ Renegociación de alquileres
- 29,4% (63 empresas)_ Reajuste de sueldos
- 27,1% (58 empresas)_ Renegociación con proveedores
- 7,9% (17 empresas)_ Préstamos societario
- 4,7% (10 empresas)_ Expediente de regulación de empleo

En el apartado "otros" ha habido respuestas como: aplazamiento de la inversión, medidas de salud e higiene, adaptación de mi oferta, creación de una nueva actividad compatible, pensar, liderar y proteger, solicitud de ayudas a la Generalitat y rezar.

Total: 214 respuestas

¿POR QUÉ NO?

- 23,4% (55 empresas)_ Desconocimiento de cómo hacerlo
- 16,2% (38 empresas)_ No me hace falta porque tengo recursos propios para aguantar
- 10,6% (25 empresas)_ Falta de recursos (gestoría, asesor,...)

En el apartado "otros" ha habido respuestas como: no he podido hacerlo desde casa (cargas familiares), los bancos son reacios a financiar gastos, soy un solo trabajador y lo único que puedo hacer es aguantar, estamos esperando a ver cómo se desarrollan los acontecimientos, existe mucha incertidumbre sobre cómo enfocarlos, no sabemos si cuando esto pase podremos seguir desarrollando nuestra actividad, desconocimiento sobre llegarán los clientes (nacionales e internacionales), desconocimiento de las medidas sanitarias a implantar y por ello no vamos a invertir, estamos esperando directrices de actuación y he orientado la actividad hacia otro sector.

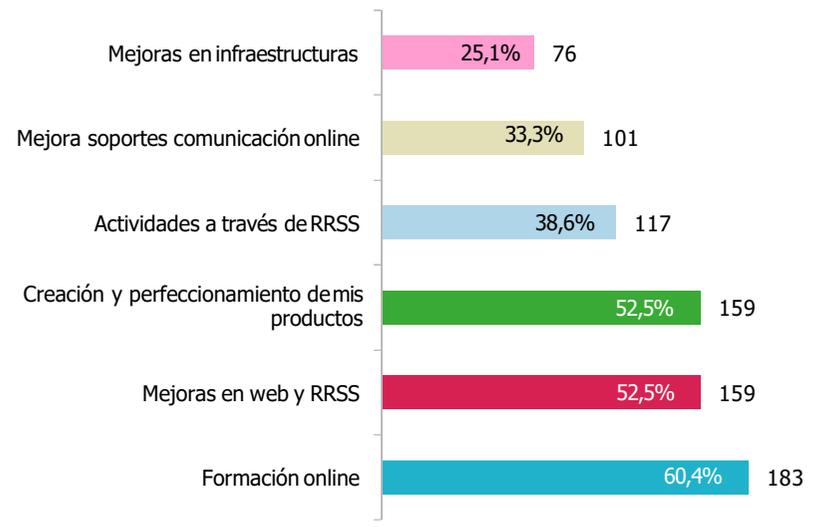
Total: 235 respuestas

SITUACIÓN ACTUAL

ACTIVIDADES DURANTE EL CONFINAMIENTO

La mayoría de las personas que han contestado la encuesta se han decantado por la formación online como mejora de sus competencias. También están invirtiendo tiempo en la mejora de su posicionamiento online a través del perfeccionamiento de su página web, la presencia en redes sociales y en la comunicación online. También están mejorando en infraestructura, si bien el porcentaje no parece muy alto (25.1%) se debe tener en cuenta que algunos de los encuestados no disponen de infraestructuras (guías).

Hubo 41 respuestas al apartado "otras actividades", a continuación se detallan algunas de estas respuestas: ninguna, trabajo asociativo empresarial, tareas de limpieza y desinfección del establecimiento, revisión del material, supervisión de embarcaciones, búsqueda de financiación, reorganización de los procesos internos de la empresa, preparación para el cierre temporal, continuar con otra actividad distinta al turismo, desarrollando nuevos proyectos, servicio a domicilio y talleres gratis online.

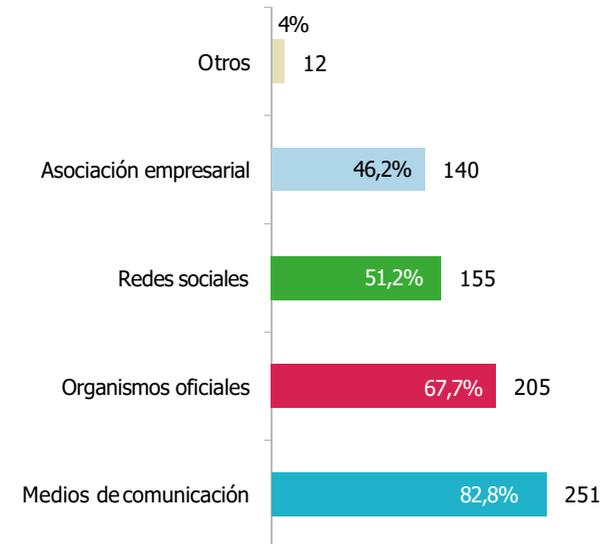


SITUACIÓN ACTUAL

CANAL DE INFORMACIÓN SOBRE EL COVID - 19

El canal de información mayoritario son los medios de comunicación seguido por los organismos oficiales. Valores similares tienen las redes sociales y las asociaciones empresariales.

En este caso el "otros" tiene un valor residual, los canales que se han indicado en este apartado son: colegios profesionales, universidades, asesorías y alguno que dice no seguir la información.



4. IMPACTO ECONÓMICO

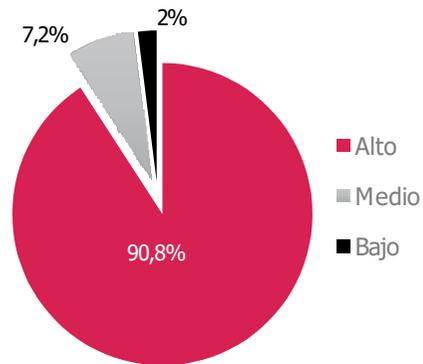




IMPACTO ECONÓMICO

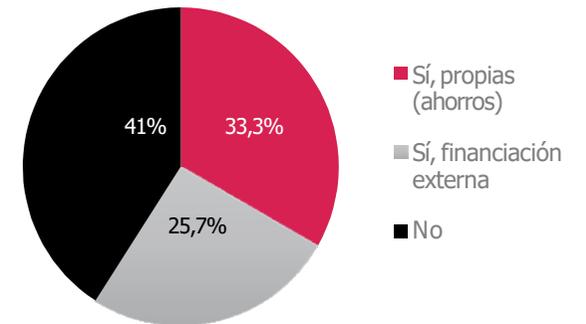
VALORACIÓN DEL IMPACTO

Cómo valoran el impacto económico que ha sufrido su empresa.



FUENTES DE FINANCIACIÓN

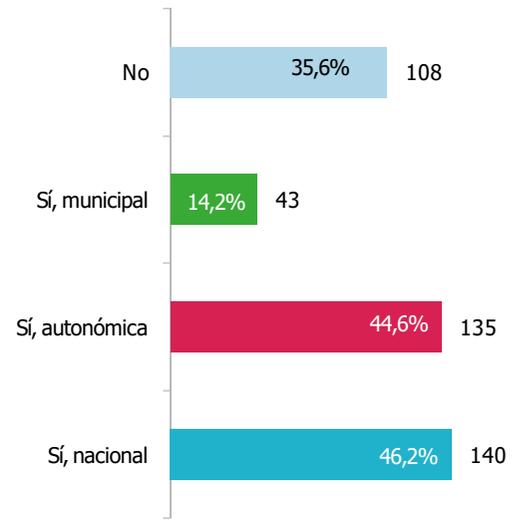
Se les preguntaba sobre si contaban con fuentes de financiación suficientes para sobrellevar la situación actual



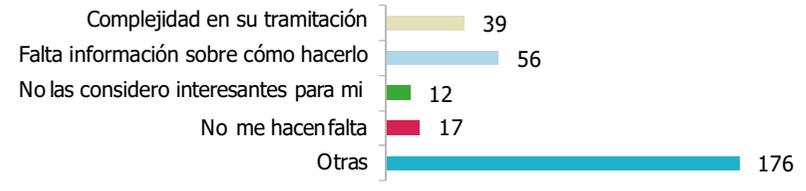
SITUACIÓN ACTUAL

SOLICITUD DE AYUDAS

La mayoría de empresas han solicitado algún tipo de ayuda para hacer frente a esta situación aunque es considerable el número de empresas que no han solicitado ningún tipo de ayuda.



Al preguntarles sobre por qué no las han solicitado la mayoría han recurrido al apartado de "otras"

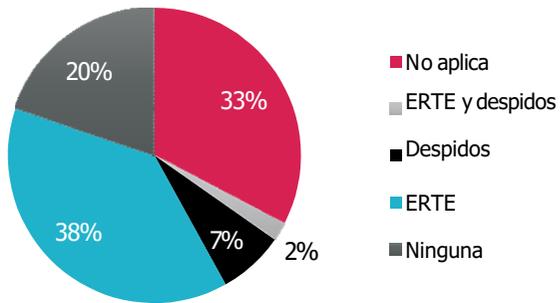


La mayor parte de las respuestas en "otras" se corresponden a no cumplir los requisitos para solicitarlas: no pueden demostrar la disminución de ingresos por ser de nueva creación, como asociación no cumplen los parámetros, autónomos que cobran la compatibilización del paro, la fundación no tiene ayudas, se trata de un espacio municipal, les recomendaron no presentarlas porque ya estaban sobrepasadas las solicitudes,...

SITUACIÓN ACTUAL

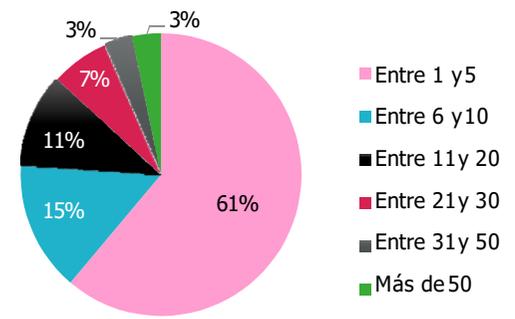
SOLUCIONES LABORALES

A las empresas se les preguntó si habían tomado medidas para reducir su plantilla y cuáles habían sido. La respuesta de "no aplica" es porque son autónomos u otra figura a la que no le aplican ni los ERTes ni los despidos.

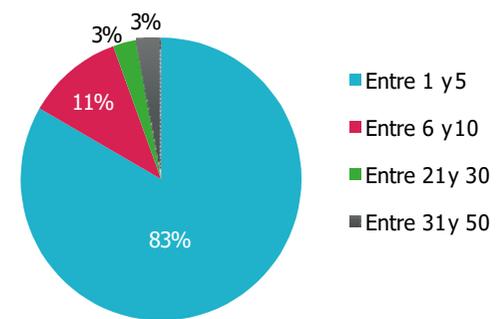


Los motivos esgrimidos en la pregunta que se hizo a las empresas que no presentaron ninguna medida fueron los siguientes: son autónomos y no pueden despedirse, desconocimiento y/o falta de asesoramiento, no saber si podrán mantener seis meses a sus trabajadores (caso del ERTe), esperar para ver si pueden mantener a sus trabajadores, ser una administración pública y otras que solo contratan en temporada (y no han abierto).

De las 122 empresas que han aplicado ERTe en sus empresas, el número de trabajadores afectados:



De las 36 empresas que han despedido a sus trabajadores, el número de trabajadores afectados:

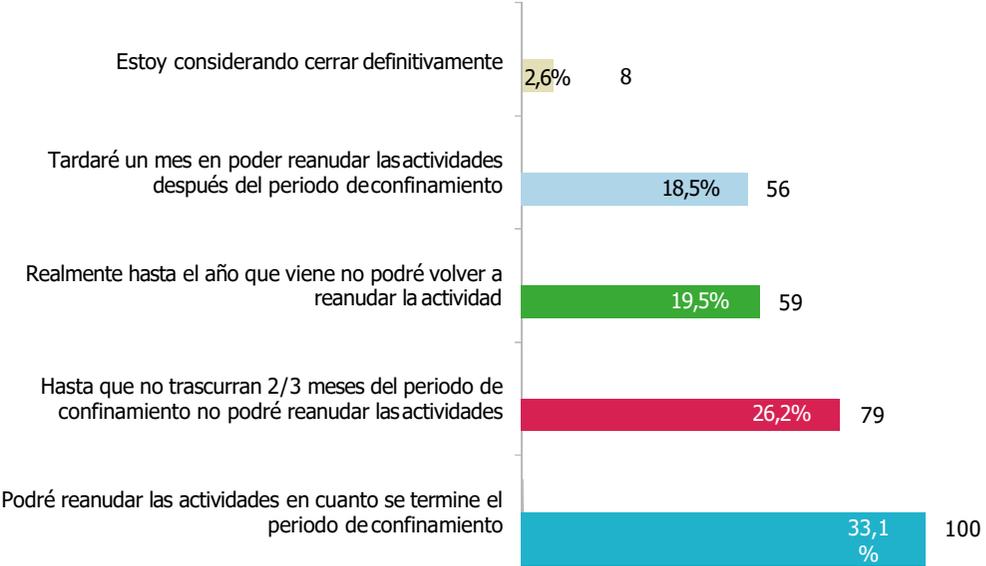




IMPACTO ECONÓMICO

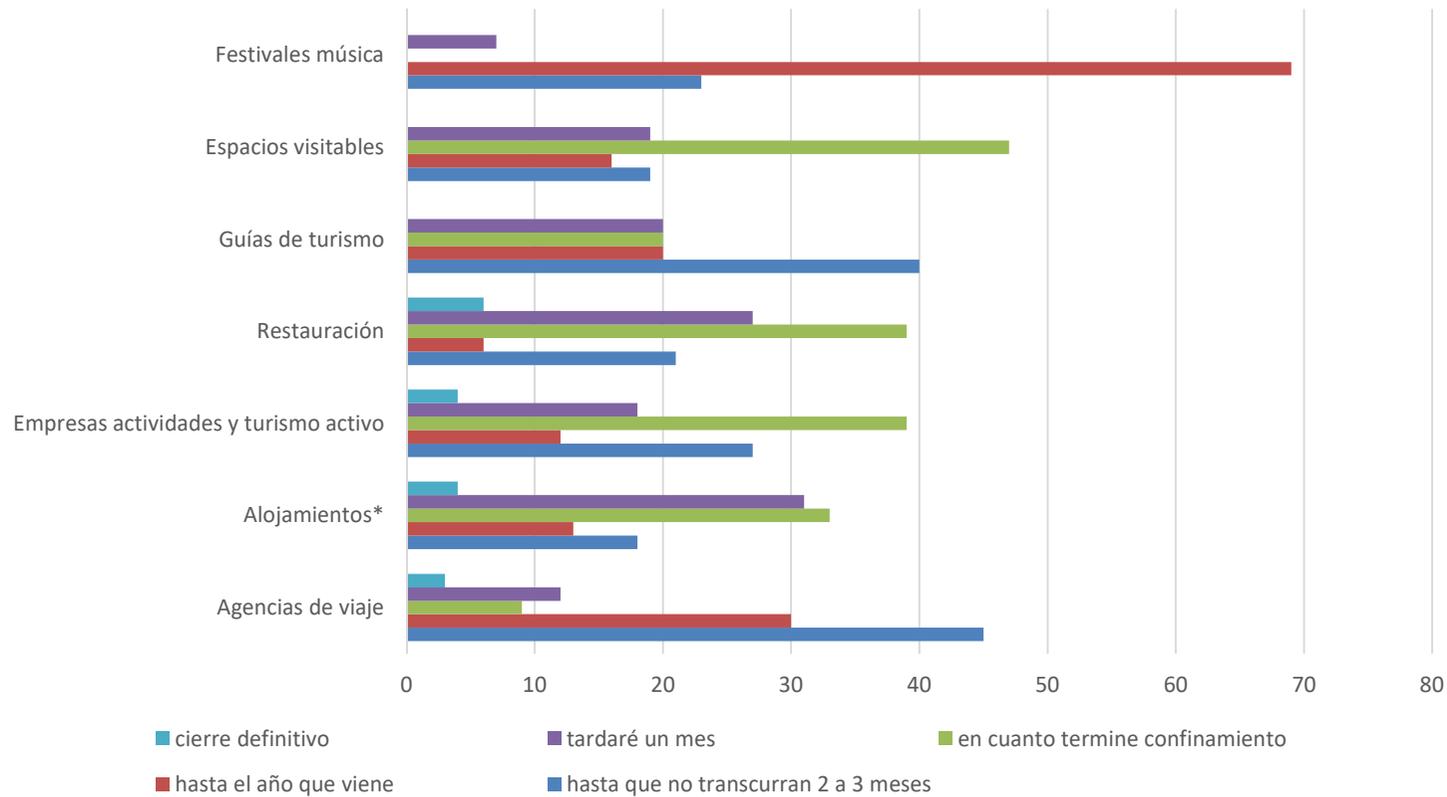
PREVISIÓN DE NORMALIDAD

Se les preguntó a las empresas sobre el tiempo que consideraban que tardarían en reanudar completamente su actividad tras la salida del periodo de confinamiento.



PREVISIÓN DE NORMALIDAD

Un breve análisis por tipología de empresas (se han considerado únicamente las más representativas por ser más numerosas)



*La respuesta incluye todo tipo de alojamientos

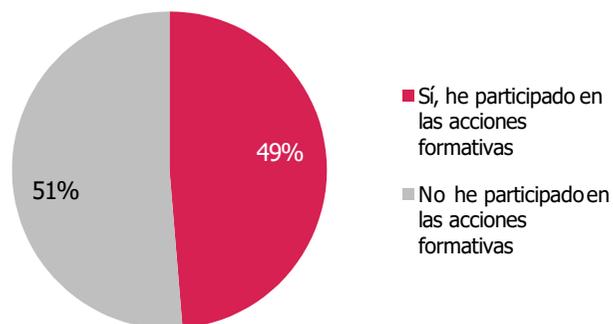
A photograph of a field of wildflowers. In the foreground, a single, tall, purple orchid-like flower stands prominently on the right side. The rest of the field is filled with various smaller wildflowers, including white daisies and purple blossoms. The background is a soft-focus landscape of rolling hills and trees under a hazy sky.

5. PROGRAMA CREATURISME

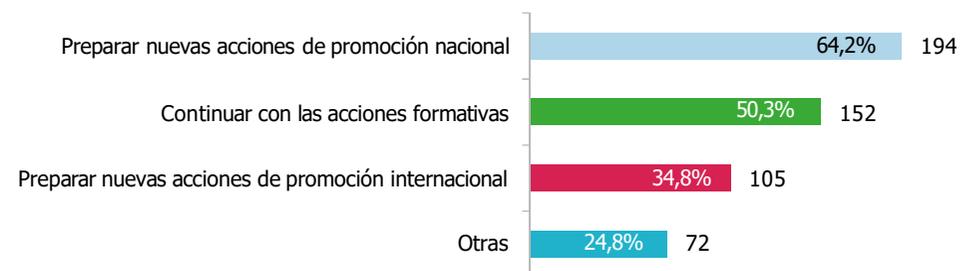
PROGRAMA CREATURISME

A C C I O N E S F O R M A T I V A S Y O T R A S

Respecto a si las empresas habían participado en las acciones formativas que se han realizado durante el confinamiento:



Se les preguntó sobre qué otras acciones se podrían poner en marcha desde Creaturisme para ayudar a esta situación. Éstas fueron las respuestas:



En "otras" encontramos respuestas tales como:

Más ayudas económicas, asesoramiento personalizado, formación más específica sobre como sobrevivir en una crisis, crear red de contacto entre las empresas, continuar implacables en la lucha contra el intrusismo en el sector, controles de calidad y cumplimiento de protocolos en establecimientos, ayudas económicas específicas para festivales, suministrar material de seguridad, acciones más concretas hacia nichos de mercado, crear en Amazon una tienda en la que se pudieran vender productos (físicos) turísticos, potenciar las salas de conciertos como atractivo turístico, idear nuevas formas de atracción del mercado nacional, concienciar al gobierno de la importancia del sector turístico, subtitular la formación online (discapacidad auditiva) y desarrollar app que pueda ser utilizada por los recursos



6. ACCIONES INNOVADORAS

A C C I O N E S I N N O V A D O R A S (I)

La última pregunta era sobre si estaban realizando algún tipo de acciones innovadoras en sus negocios. Era una pregunta de respuesta libre. Se han revisado y a continuación se presenta el extracto de las mismas:

- Hemos cedido nuestras instalaciones de forma solidaria a la Conselleria de Sanidad para que se hospede el personal sanitario del área de salud de Alcoy
- Mayor comunicación con los clientes por web y redes sociales
- Visitas guiadas virtuales
- Mamparas protectoras en atención al público, portes gratis en compras tienda online a partir de cierto importe, teletrabajo de parte del personal de oficina, cartelería con indicaciones de buenas prácticas frente al COVID-19 para los clientes, vídeos promocionales de nuestros productos, mensajes de ánimo por parte de la plantilla en RRSS.
- Estamos ayudando con donaciones de material y ofreciendo nuestros servicios gratuitos para personal esencial que ahora está trabajando, para que una vez pase esto puedan tener una vía de escape
- Intentando crear sinergias con agencias de otras comunidades
- Elaboración del protocolo de limpieza y desinfección. Creación de productos para grupos reducidos.
- Estamos desarrollando un juego (pendiente de aprobación en playstore) sencillo. Por cada 1000 descargas la empresa donará 500€
- Diseño mascarillas en seda
- Estoy buscando ampliar servicios complementarios
- Utilizando el streaming y las plataformas en el mercado para dar la formación y las charlas online
- Red social MusicAmable y de reservas online
- Preparando una APP para aplicar al festival de música y otros eventos
- Museo vivo/ con demostraciones de técnicas de tejeduría y de obtención del hilo de la seda
- Reserva ahora los cursos, y hacer las practicas en verano, ofreciendo descuentos
- Tema de desinfección con ozono y estudio de otros medios también de desinfección.
- Referente al alquiler de bicicletas y accesorios, estoy buscando la fórmula para atender al cliente de la forma más higiénica y segura posible y darle fiabilidad de que el material que entregamos es 100% seguro. Así como la fórmula para poder recepcionar las devoluciones con seguridad para mi y los trabajadores que pueda tener.
- Reorganización completa de los productos turísticos, cambiando el público objetivo
- Estamos mejorando las instalaciones
- Todos los trabajadores del ERTE están participando en grupos de mejora del producto cara a la apertura
- Estábamos poniendo en marcha nuestra web para facilitar las reservas y nuestros productos al cliente final .
- Imaginamos que cuando se reactive el turismo, los turistas evitarán excursiones en grupos. Por lo que queremos implantar tipos de visitas guiadas PRIVADAS para familias, amigos y pequeños grupos con nuestros vehículos segways, o bien en coches, minibuses y a pie, utilizando nuestros modernos y recién incorporados transmisores radio-guías de última generación para transmitir nuestras explicaciones y al mismo tiempo guardar las distancias.
- Directos en Instagram, Concurso musical para niños residentes en CV.
- Chat box desde web: labocanasailingpoint.com

A C C I O N E S I N N O V A D O R A S (I I)

- No sabemos si es innovadora, pero en este momento lo que estamos haciendo es preparar un protocolo de actuación interno a la hora de llevar a cabo la limpieza y desinfección de nuestros alojamientos así como la dinámica interna del huésped una vez en nuestros alojamientos. Todo esto iremos publicándolo en nuestras rrss, web etc, para dar mas confianza si cabe a todos nuestros futuros huéspedes.... A su vez también estamos haciendo descuentos importantes para estancias largas.
- Sobre todo acciones con colaboradores del sector y unión en varios productos de ámbito nacional
- Hemos cedido recursos al Hospital General de Valencia
- Ofrecemos actividades on line y contamos las aventuras de Pepo en cuarentena.
- Estamos realizando directos de Instagram con muchos de los productores que habitualmente visitamos en nuestros tours:
- Si, hemos repartido EPIS a todos a los empleados, establecido el teletrabajo en aquellos puestos en los que es posible, hemos cerrado puertas exteriores y abrimos a solo a personas relacionadas con la actividad industrial. Se sustituido un cristal de la puerta de entrada por una mampara de metacrilato, con abertura para entregas de documentaciones, para evitar que las personas entren en las oficinas de administración y evitar contagios.
- Suministro comida sanitarios
- Servicio a domicilio
- Puesta en marcha de bono "compra ahora y disfruta después"
- Concursos online, Campaña #lasvirtudesdequedarseencasa, campaña venta online
- clases colectivas en redes sociales
- Estamos introduciendo tours virtuales de todo el mundo en nuestra app Lookish Travel Guide para que la gente desde su casa, pueda viajar virtualmente
- Estábamos preparando la compensación de la emisión de CO2 por nuestro vehículo durante los desplazamientos con nuestros grupos, a través de la plantación de árboles directamente por los participantes al finalizar la actividad
- Hemos pasado el 100% de la formación online cosa que no habíamos hecho antes más que en algún momento puntual.
- Adaptación de contenidos y viajes de la web
- Voy a participar en un censo de aves en la marjal Pego-oliva y grabarlo en vídeo para promoción, que el futuro y actual cliente observe desde sus casas.
- Remodelar la propuesta gastronómica
- Estamos trabajando en varias acciones enfocadas a afianzar nuestro compromiso con la alimentación sostenible
- Iniciativas para recuperar, transmitir y poner en valor nuestro patrimonio local y rural, convencidos que los ecosaberes pueden aportar muchas respuestas a los desafíos y retos de nuestra época
- Estamos pensando en poner máquinas de ozono en todos los apartamentos y crear un protocolo de limpieza así como cajas automáticas para hacer la entrega de llaves de apartamento a través de vídeo llamada desde el minuto uno.
- Recalcando en redes que los viajes en moto son una forma de aunar el distanciamiento personal con el ocio...
- Estamos preparando un desayuno picnic para la reapertura y digitalización del check in
- Estamos preparando un manual del peregrino enfocado a la cultura sanitaria
- Regalamos mascarillas en pedidos online. Estamos pensando si cambiar las bolsas por tejido no tejido TNT para que pueda servir como filtro en las mascarillas o con un dibujo recortable en su interior para hacérsela uno mismo. Pero aún no se ha visto su viabilidad.
- Modificando distribución de parcelas
- Estamos intentado transformar las actuaciones previstas para Rusia y Francia de presenciales a telemáticas. Así mismo, estamos diseñando un proyecto de colaboración entre las Asociaciones y Federaciones de Agencias de Viajes de toda España para reactivar el turismo a nivel interregional.
- Nuevas actividades innovadoras grupales pero individuales para mantener distancia y seguridad. Disponible a partir de julio
- Innovadora no sé pero intento reciclar, gastar productos locales y ecológicos (huevos camperos, productos de limpieza en mini dosis ...)



6. RESUMEN

RESPUESTA POR PROVINCIA

ALICANTE_85

CASTELLÓN_83

VALENCIA_134

RESPUESTA POR SECTOR

TURISMO ACTIVO_60

ALOJAMIENTO_45

RESTAURACIÓN_34

AGENCIA DE VIAJES_33

ESPACIO VISITABLE_30

EMPRESA DE ACTIVIDAD_23

OTROS_18

GUÍA TURÍSTICO_16

IDIOMÁTICO_15

TURISMO MUSICAL_14

INSTALACIÓN DEPORTIVA_9

COMERCIO/ARTESANÍA_5

NÚMERO DE TRABAJADORES

Más del 70% de las empresas cuentan con una plantilla de entre 1 y 5 trabajadores, éste porcentaje sube a más del 82% si aumentamos la horquilla a menos de 10 de trabajadores.

TIPO DE EMPRESA

El 44% de las empresas son trabajadores autónomos y un 42% son sociedades.

COMO ESTÁN OPERANDO

El 59% de las empresas ha cerrado temporalmente y 16% dicen estar teletrabajando (gestión de reservas, marketing online, visitas virtuales...)

SITUACIÓN DE LAS RESERVAS

Al 74% de las empresas les han cancelado las reservas que tenían, tan sólo un 12% han podido aplazarlas.

PLAN DE CHOQUE

El 62% de las empresas declara contar un plan de choque para afrontar la situación. La mayoría de las medidas empleadas consisten en el reajuste de costes, revisión de los productos y comunicación con los clientes. El 40% ha solicitado préstamos ICO.

De las que no lo han hecho el 23,4% dice no saber cómo hacerlo aunque lo que más se nota es la incertidumbre sobre su futuro.

ACTIVIDADES DURANTE EL CONFINAMIENTO

La mayoría de empresas se ha dedicado a mejorar sus competencias a través de la formación online (60,4%) también han invertido su tiempo en mejorar sus webs y RRSS (52,5%) y en perfeccionar sus productos (52,5%)

CANAL DE INFORMACIÓN

El canal mayoritariamente elegido han sido los medios de comunicación (82,8%), seguido de los organismos oficiales (67,7%) y las redes sociales (51,2%)

VALORACIÓN DEL IMPACTO

En esta pregunta hay unanimidad, la respuesta ha sido "alto impacto" casi en el 91% de las empresas.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

El 41% dice no contar con financiación para sobrellevar la situación, un 33,3% lo hará con fondos propios y un 25,7% recurrirá a financiación externa para hacerlo.

SOLUCIONES LABORALES

El 38% ha optado por el ERTE y una 36% de las empresas ha dicho que eran autónomos y esta pregunta no les aplicaba por no tener trabajadores en plantilla. Tan solo un 7% ha optado por los despidos.

De las que han aplicado el ERTE, éste ha afectado a menos de 5 trabajadores en el 61% de los casos.

De las que han optado por el despido, éste a afectado a menos de 5 trabajadores en el 83% de los casos.

PREVISIÓN DE NORMALIDAD

Hay bastante disparidad. Un 33% cree poder reanudar su actividad en cuanto termine el periodo de confinamiento y un 26,2% pasados 2 o 3 meses del confinamiento. Un 2,6% cree no poder continuar con su actividad y tener que cerrar definitivamente.

ACCIONES FORMATIVAS CREATURISME

El 49% ha participado en las acciones formativas que se han impartido a través de los webinars.

QUÉ OTRAS ACCIONES PODRÍA PONER EN MARCHA EL PROGRAMA

CREATURISME

El 64,2% de las empresas considera importante preparar nuevas acciones de promoción de ámbito nacional, el 50,3% también valora el continuar con las acciones formativas, el porcentaje se reduce considerablemente, hasta el 34,8%, cuando se pregunta si consideran importante la promoción internacional.