

Recomendaciones y conclusiones para lidiar y salir de la crisis:

- **LIQUIDEZ INMEDIATA:** debemos poder contar con recursos suficientes para financiar esta situación, previsible merma de ingresos, obligaciones en el corto relacionadas con el mantenimiento, y otros gastos. Posibilidad de aplazar pagos.
- **PRESUPUESTO BASE CERO:** ahorros de hasta un 10 – 15% con este ejercicio.
- **ACCIÓN COMERCIAL:**
 - Defensa de los precios. Una menor valoración del destino/campos supondrá un lastre comercial futuro, a medio y largo plazo.
 - A corto plazo, las acciones comerciales deben ir encaminadas a ofrecer descuentos/ventajas a las cancelaciones reembolsables que prefieran aplazar el viaje, cambiando de fecha.
 - Debemos replantear la definición de las fechas de las temporadas en función a la nueva demanda.
- **COMUNICACIÓN:** es esencial definir una estrategia para nuestra instalación, informando en todo momento de la situación, a la vez que generando confianza.
 - Con nuestra plantilla, a los que trasladaremos las dificultades que afrontamos y los sacrificios que asumiremos, generando confianza de que juntos superaremos la crisis.
 - Con proveedores/colaboradores, debemos generar confianza para encontrar vías de colaboración distintas a las tradicionales, así como calendarios de pagos. Nos tendrán que ayudar, muchos verán sus créditos retenidos temporalmente.
 - Con clientes, deberemos informar en todo momento del estado, con el horizonte de que, una vez superada esta crisis sanitaria volveremos, sin duda, a ser el destino líder de golf en Europa. La totalidad del público golfista debe percibir que trabajamos para volver a abrir al día siguiente de la crisis en las mejores condiciones. Recomendamos los hashtags #osechamosdemenos #wemissyou
- **PREPARADOS PARA LO PEOR,** es posible que el Estado de Alarma se vuelva más estricto con cierres totales, es posible que dure más allá del 12 de abril:
 - Es seguro que el día siguiente no se llenarán los aviones y hoteles.
 - Existirán limitaciones a los desplazamientos para evitar una “vuelta al inicio”, un nuevo colapso sanitario.
 - Seguro que surgirán nuevos requisitos para viajar, vacunas, seguros médicos internacionales, etc. que dificultarán el turismo masivo.
 - Además, nuestros clientes tienen una media de edad alta y son los más sensibles a la enfermedad COVID-19.
 - Nos prepararemos para una bajada importante de turistas de golf, y trabajaremos sin descanso para evitar que esto sea así y desmentirnos a nosotros mismos.

- Las Administraciones Públicas no tendrán capacidad financiera para aplazar deudas tributarias porque no tienen presupuesto.
- Los autónomos seguirán pagando su cuota, las pymes ingresaremos el IVA del primer trimestre en abril...
- Las líneas de avales para financiación NO RESUELVEN los problemas de ingresos menos gastos. De hecho, una PYME debe tender a reducir su deuda si piensa que no va a tener beneficios.
- No trabajemos con la confianza de que nuestros gobernantes nos ayudarán a salir de la crisis económica resultante de la sanitaria. No fue así en el pasado y es muy posible que no tengan capacidad para hacerlo en el futuro inmediato.
- Es muy posible que en septiembre tengamos que pagar el IBI o financiarlo con cierto interés, y es muy probable que no tengamos las reducciones de impuestos reclamadas ampliamente por el sector.
- **CONDICIONES CONTRACTUALES:** Al sector hotelero le afecta muy negativamente las impuestas por TTOO, además de las dudas acerca de su capacidad de pago actual de las estancias ya disfrutadas por los clientes (sistema de post pago).
 - En los campos de golf fomentamos siempre el PREPAGO de las reservas: Esto es que el TTOO no reserva, sino que compra la salida, asumiendo el riesgo del "no show", toda vez que además sólo nos compra la salida una vez ha cobrado la misma al cliente.
 - Periódicamente hay TTOO que quiebran y dejan impagos (En golf cada dos o tres años. En el mundo hotelero recordamos Thomas Cook hace poco y alguno más que vendrá). Debemos trabajar con TTOO con músculo financiero en el futuro.
- **COMO GESTIONAMOS EL MIEDO:** día 1 después de la crisis.
 - Aumento del turismo de carretera/disminución temporal del turismo aéreo. Debemos gestionar mercados emisores distintos a los tradicionales y deberemos gestionar de manera distinta los mercados más clásicos.
 - Se realizará un seguimiento de la crisis en cada mercado emisor para poder dirigir los esfuerzos comerciales a aquellos mercados que sean susceptibles de volver a enviarnos turistas.
 - Aumento del turismo nacional. Será el primero en recuperarse e incluso aumentar, toda vez que tenderá a no viajar al extranjero en un principio para evitar vuelos y viajes largos.
 - Qué experiencias positivas de gestión de ese miedo han existido y que podemos aprender de ellas:
 - Después de las Torres Gemelas en otoño de 2001 no hubo viajes. En primavera de 2002 hubo un auténtico "boom".
 - Después de la Primavera Árabe destinos como Túnez han tenido un crecimiento importante liderados por cadenas hoteleras.