

Nota Técnica Análisis de Resiliencia Empresarial COVID-19 del Sector Turismo en el Litoral Atlántico.

Abril, 2020

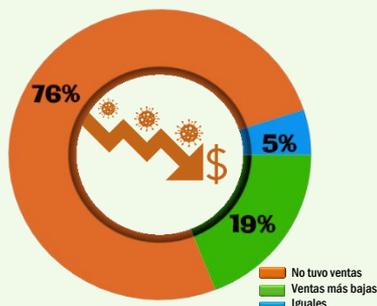
37 empresas del sector turístico en el Litoral Atlántico hondureño completaron la encuesta *online*: Análisis de Resiliencia Empresarial COVID-19. Dicho estudio tiene el objetivo de conocer el impacto y reacciones empresariales provocadas por el coronavirus COVID-19. De estas 37 empresas, se identificaron 25 ubicadas en el municipio de La Ceiba y 12 en otras zonas del Litoral Atlántico.

La encuesta se aplicó en un período de 7 días, del 30 de marzo al 5 de abril del 2020, como una iniciativa entre la Federación de Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras (FEDECAMARA), la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), el Proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TSM-USAID), en coordinación con la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) por medio del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES).

De los resultados de la encuesta, el Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC) presenta este análisis de los principales resultados del sector turístico en el Litoral Atlántico:

PRINCIPALES IMPACTOS

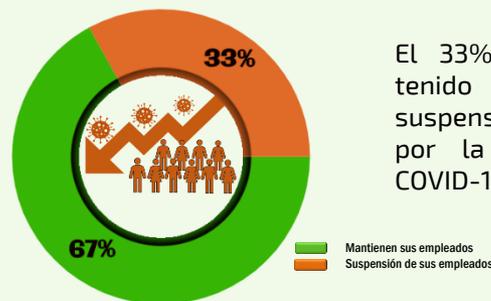
Gráfico 1. Porcentaje de ventas.



Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

El 76% de las empresas turísticas del Litoral Atlántico indicó que no tuvo ventas en la última semana en comparación con la semana anterior, es decir, al inicio de la crisis del COVID-19; un 19% manifestó que sus ventas fueron más bajas y el 5% indicó que sus ventas han sido iguales.

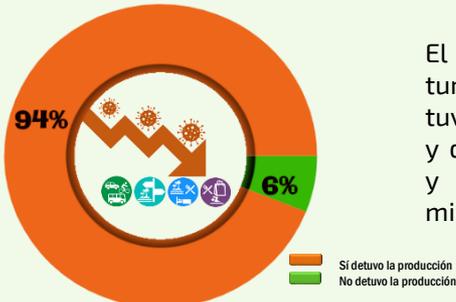
Gráfico 2. Comportamiento del empleo.



Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

El 33% de las empresas ha tenido que negociar la suspensión de sus empleados por la crisis provocada por COVID-19.

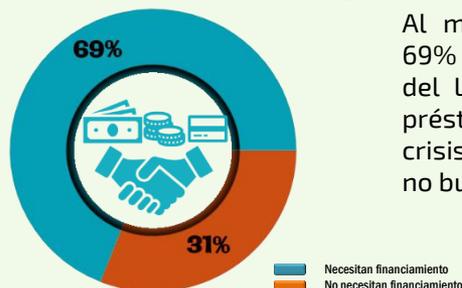
Gráfico 3. Producción y distribución de productos y servicios.



Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

El 94% de las empresas turísticas del Litoral Atlántico tuvo que detener la producción y distribución de sus productos y servicios por el COVID-19, mientras que el 6% no lo hizo.

Gráfico 4. Financiamiento por crisis.



Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

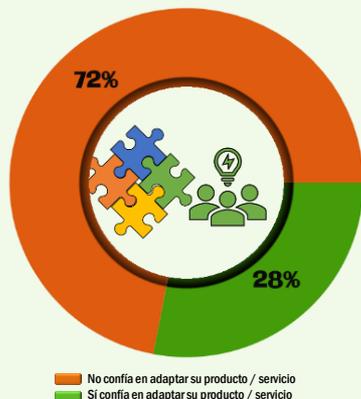
Al momento de la encuesta, el 69% de las empresas turísticas del Litoral Atlántico buscaba un préstamo para recuperarse de la crisis COVID-19; en cambio, el 31% no buscaba un financiamiento.



Dentro de las medidas adoptadas ante la crisis provocada por el COVID-19, solamente el 16% de los empresarios turísticos del Litoral Atlántico tiene a su personal trabajando a distancia / teletrabajo.

PRINCIPALES IMPACTOS SECTOR TURISMO

Gráfico 5. Confianza en adaptar o cambiar productos y servicios.

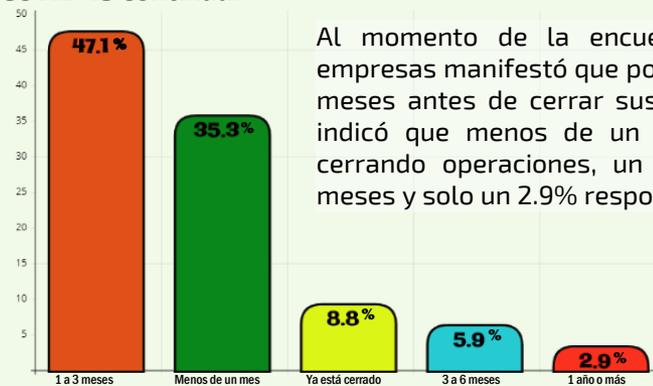


El 72% de las empresas turísticas del Litoral Atlántico indicó que no confía en poder cambiar o adaptar sus productos o servicio principal; en contraste, el 28% indicó que sí confía en poder hacerlo.

■ No confía en adaptar su producto / servicio
■ Sí confía en adaptar su producto / servicio

Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

Gráfico 6. Tiempo estimado para el cierre de operaciones si la crisis del COVID-19 continúa.



Al momento de la encuesta, el 47.1% de las empresas manifestó que podrían sobrevivir de 1 a 3 meses antes de cerrar sus operaciones, el 35.3% indicó que menos de un mes, el 8.8% ya está cerrando operaciones, un 5.9% indicó de 3 a 6 meses y solo un 2.9% respondió un año o más.



Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

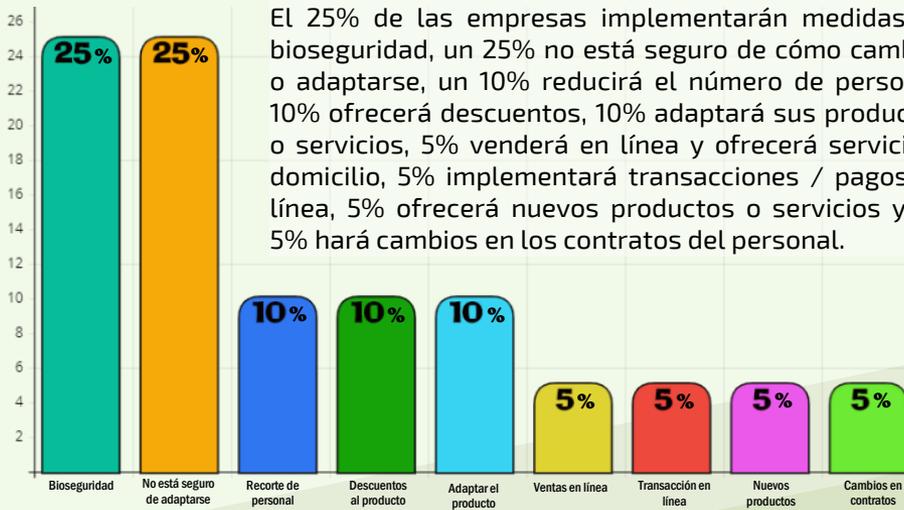
Gráfico 7. Principales necesidades para enfrentar la crisis del COVID-19.



El 50% de las empresas turísticas necesita un financiamiento con bajo interés; el 25%, un crédito fiscal o subsidio del Gobierno para cubrir nómina y pago de servicios públicos; el 10%, autorización de operación; otro 10%, una renegociación de deuda; y el 5%, equipo de prevención y formación en bioseguridad.

Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

Gráfico 8. Adaptación del modelo de negocio.



El 25% de las empresas implementarán medidas de bioseguridad, un 25% no está seguro de cómo cambiar o adaptarse, un 10% reducirá el número de personal, 10% ofrecerá descuentos, 10% adaptará sus productos o servicios, 5% venderá en línea y ofrecerá servicio a domicilio, 5% implementará transacciones / pagos en línea, 5% ofrecerá nuevos productos o servicios y un 5% hará cambios en los contratos del personal.

Fuente: IIES-UNAH / FEDECAMARA / CANATURH / COHEP / TSM-USAID / Empresarios Turísticos.

ANÁLISIS Y RECOMENDACIONES

Los resultados denotan que **existe un alto impacto en la actividad turística**, el personal que aún labora en las empresas está en alto riesgo de suspensión y podría producirse el cierre de operaciones de las mismas en los próximos meses si continúa la crisis del COVID-19. Es urgente atender las necesidades que priorizaron los empresarios para poder recuperarse de esta crisis: financiamiento con bajo interés, crédito fiscal o subsidio del Gobierno, autorización de operación, renegociación de deuda, equipo de prevención y formación en bioseguridad; pero también es importante reflexionar y, como empresario del rubro, visualizar sus fortalezas e identificar nuevos productos y servicios mientras adapta los existentes para sobrevivir no solo a este proceso, sino a futuros retos que el sector turismo pueda enfrentar. Una de las primeras estrategias, una vez se supere el COVID-19, es apostarle al turista local y nacional y, a medida que se recupere la confianza de los visitantes, atender el mercado internacional; pero sin olvidar que surgirá un turista más exigente en cuanto a la higiene y seguridad. Otra estrategia de suma importancia es la implementación de un PLAN DE EMERGENCIA con medidas que permitan estar preparados para un próximo fenómeno, además, identificar posibles financiamientos / seguros ante crisis que permitan la sostenibilidad económica y operativa de la empresa.

La Organización Mundial del Turismo, en su documento [Recomendaciones de Acción](#), manifiesta que, para gestionar la crisis y mitigar el impacto del COVID-19, se debe incentivar la retención de puestos de trabajo, apoyar la liquidez de las empresas mediante excepciones temporales de pago de impuestos y servicios, garantizar la protección del consumidor y la confianza accediendo a la reprogramación de reservas especialmente en tiquetes aéreos, promover el desarrollo de capacidades digitales, desarrollar nuevos productos, incluir el turismo dentro de planes de emergencia económica nacional, crear mecanismos de gestión de crisis e integrar la sostenibilidad priorizando el eje ambiental para conducir la recuperación del sector en un nuevo modelo de producción y consumo sostenible (OMT, 2020).

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación, el sector turismo en el Litoral Atlántico se enfrentará a la **reducción del personal, ventas muy bajas o nulas, mínima confianza en adaptar sus productos / servicios y, de continuar la crisis en los próximos meses, el cierre temporal o permanente de las empresas turísticas**. Esta situación debe poner en alerta a todas las instituciones gubernamentales y asociaciones privadas del sector para establecer estrategias de recuperación y adaptación a corto, mediano y largo plazo, priorizando las necesidades expresadas por el empresario.

REVISIÓN DE NOTA TÉCNICA:

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) - UNAH
Área de Humanidades y Arte - CURLA
SEDI - CURLA



OBSERVATORIO UNIVERSITARIO DE
TURISMO SOSTENIBLE Y
CAMBIO CLIMÁTICO

CONTÁCTANOS



<https://outscc.unah.edu.hn>



(504) 2442-9524



outscc.curla@unah.edu.hn



@outscc.curla



outscc_curla