



MYPES TURÍSTICAS

AÚN CON PROBLEMAS PARA
REACTIVARSE PERO MEJORANDO
LENTAMENTE

**INFORME
TRIMESTRAL**
MARZO 2021

27

Apoyando
la Inclusión

FUSAI



INFORME MYPES TURISTICAS, AUN CON PROBLEMAS PARA REACTIVARSE...pero mejorando lentamente

1. Introducción.

A 11 meses de la emergencia sanitaria por COVID-19, las pequeñas empresas de Turismo siguen luchando por sobrevivir.

El presente sondeo presenta los resultados de una exploración que Observatorio Mype hizo a principios de febrero del presente año, que incluyó las siguientes actividades Turísticas: Agencias de Viaje y Operadores de Turismo, Centros Recreativos, Hoteles, Restaurantes o Discotecas.



Los resultados permiten identificar algunos de los principales impactos que el sector arrastra producto de la Pandemia, entre los que se pueden mencionar: a) evaluar preliminarmente un diagnóstico de las pérdidas ocasionadas por la emergencia sanitaria al sector mype turístico; b) las principales obligaciones económicas que afectan sus disponibilidades de efectivo para operar; c) los incentivos que contribuyan a garantizar la sobrevivencia de los negocios; y d) identificar estrategias de reactivación para enfrentar la crisis sanitaria y económica.

A continuación, se presentan los principales hallazgos:

2. Afectación del funcionamiento de las mypes por la emergencia sanitaria.

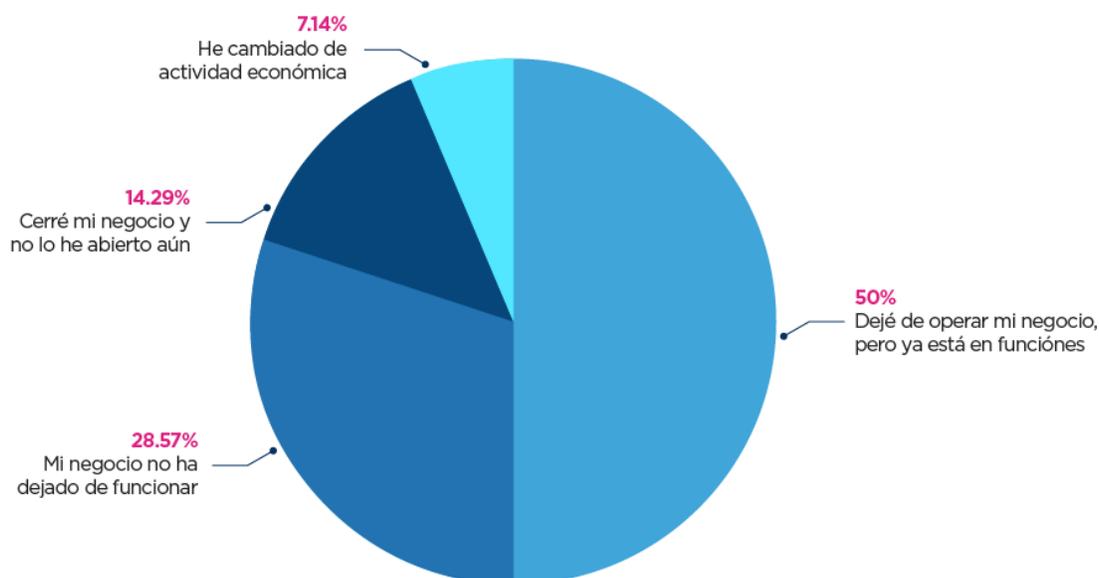
Afectación de operaciones

La medida de confinamiento de la población entre marzo y agosto 2020 realizada para contener la pandemia, ocasionó que el 50% de los empresarios mypes dejaran

de operar sus negocios por un promedio de 7 meses, es decir, comenzaron a reactivarse entre septiembre y octubre del mismo año.

Figura 1

OPERACIÓN DE NEGOCIOS ANTE EMERGENCIA SANITARIA

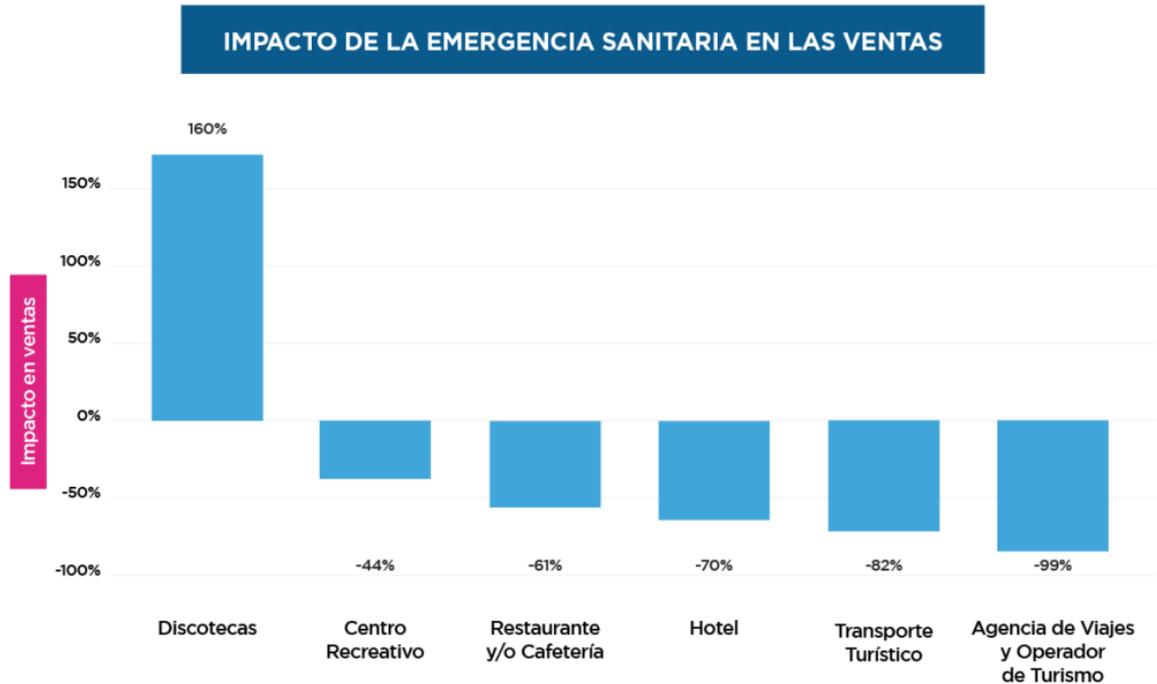


Un 28.6% opinó que ha mantenido operaciones de manera ininterrumpida; 14.3% cerró su negocio y aún está inactivo, 7.1% ha cambiado de actividad económica de los cuales el 50% se emplea como motorista y el resto ha emprendido como transportista.

Ventas y empleos

Respecto a la facturación mensual, comparado con los promedios de ingresos mensuales que tenían antes de la emergencia sanitaria, la reducción de sus ventas asciende al 53% mensual. El análisis individual por cada tipo de establecimiento permite identificar que las agencias de viaje y operadores de turismo muestran las mayores afectaciones con una pérdida del 99% en sus ventas en contraste con las Discotecas que han visto mejorados sus ingresos en un 160%, en los últimos meses.

Figura 2



Estos resultados fueron obtenidos con base a estimaciones de los empresarios en cuanto al número de clientes atendidos por mes y el monto promedio facturado a cada uno antes de la emergencia sanitaria y en la actualidad.

Como consecuencia de las afectaciones económicas que los empresarios han tenido, la pérdida de empleo en las Micro y Pequeñas empresas del rubro de Turismo asciende a la fecha al 51%.

3. Afectación Operacional y de Gestión de las MYPES

Como se expuso anteriormente, entre los aspectos identificados se encuentran las principales obligaciones económicas que limitan las disponibilidades de efectivo para mantener una adecuada operación de los establecimientos.

A continuación, se muestran los resultados en relación con los egresos que más están afectando la estabilidad y liquidez financiera de los diferentes establecimientos turísticos del país.

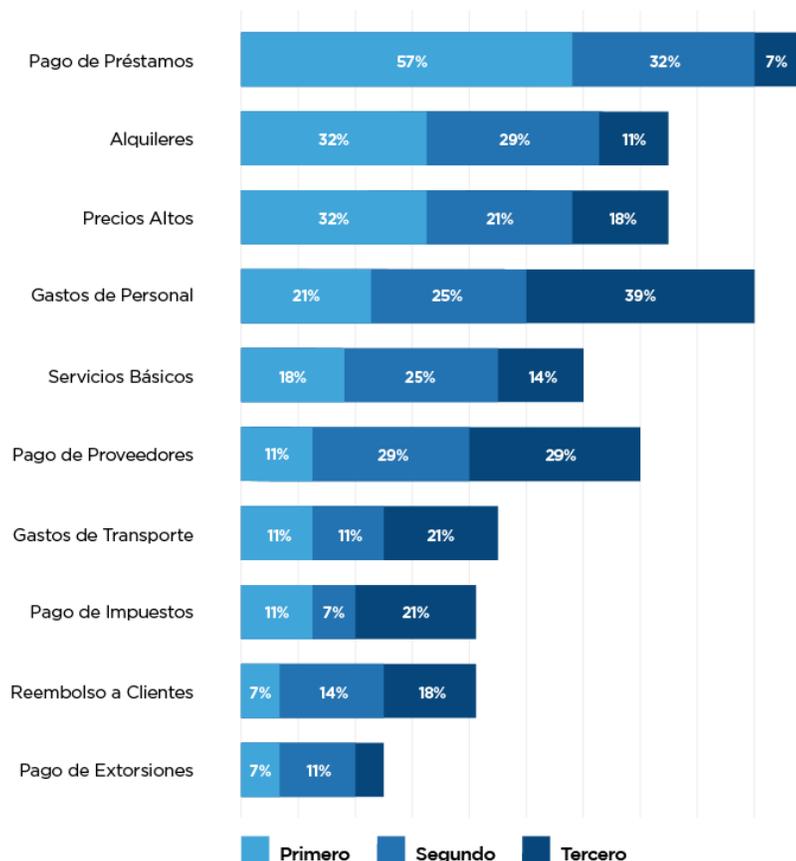
Los empresarios tenían la posibilidad de seleccionar hasta tres opciones en orden de importancia, de manera que los resultados evidencian que los créditos vencidos,

pago de alquileres y el incremento en los precios de los productos son los costes más importantes.

Figura 3

OBLIGACIONES ECONÓMICAS QUE LIMITAN LA DISPONIBILIDAD DE EFECTIVO DE LAS MYPES

Los 3 principales egresos que más limitan las disponibilidades de efectivo



Con base al gráfico anterior, se evidencia cómo hay otros egresos adicionales a los mencionados que también limitan la operación del negocio, comprimen su posibilidad de maniobra y desarrollo, teniendo los empresarios por ende que optar por bajar costos con acciones como reducción de personal, cambios de ubicación geográfica, refinanciamiento de deudas existentes con entidades financieras y proveedores, además, de adquirir productos de menor calidad.

También se preguntó a los empresarios, sobre sus expectativas para el primer trimestre 2021 en cuanto a la estabilidad laboral de sus empleados: el 12% manifestó que disminuirá al personal ocupado.

4. Valoración de Incentivos claves para reactivar y desarrollar la actividad de la MYPE turística.

Otro aspecto resultante de este sondeo fue la valoración de incentivos que los empresarios identifican como claves para reactivar y desarrollar sus negocios de turismo; para ello se les pregunto qué tipo de incentivos necesitarían, seleccionando los 2 de mayor relevancia para ellos.

Figura 4



La frecuencia con la que es señalado cada incentivo se evidencia en el gráfico anterior, concentrándose en ayudas económicas (subvenciones) y los de carácter crediticio; evidenciando estos últimos la urgencia de los empresarios mypes para acceder a nuevos créditos con condiciones flexibles y refinanciación de deudas existentes.

5. Posibles Estrategias de Reactivación del sector mype turístico

Los empresarios participantes del estudio seleccionaron las 3 principales estrategias de reactivación como posibles opciones que pueden tomar o han tomado, además de recomendar sus propias iniciativas.

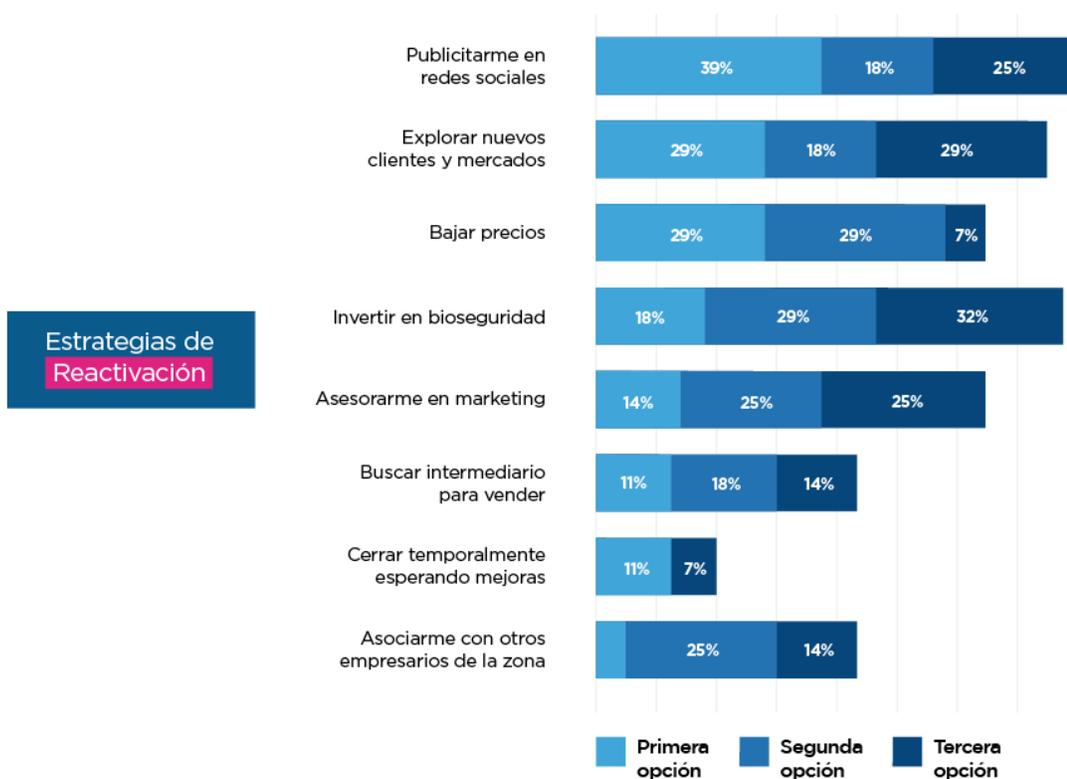
Las más mencionadas, son en su orden las siguientes: 1) Hacer publicidad en redes sociales, 2) salir a buscar nuevos clientes y mercados y 3) bajar precios para competir.

La inversión en equipos de bioseguridad, al ser un aspecto muy bien visto y valorado por los clientes y como elemento de prevención del coronavirus, se ha convertido prácticamente en una norma indispensable en la operación de los establecimientos. Se menciona con muy buena aceptación entre los participantes del estudio.

Iniciativas como cambiar de rubro, diseñar nuevos productos, mejorar la calidad y sabor de sus productos, mejorar infraestructura de local, ampliar la diversidad de productos ofrecidos, implementación de servicio a domicilio son otras estrategias que los empresarios manifestaron les han dado buenos resultados.

Figura 5

ESTRATEGIAS DE REACTIVACIÓN VALORADAS POR LOS EMPRESARIOS



Estrategias de
Reactivación

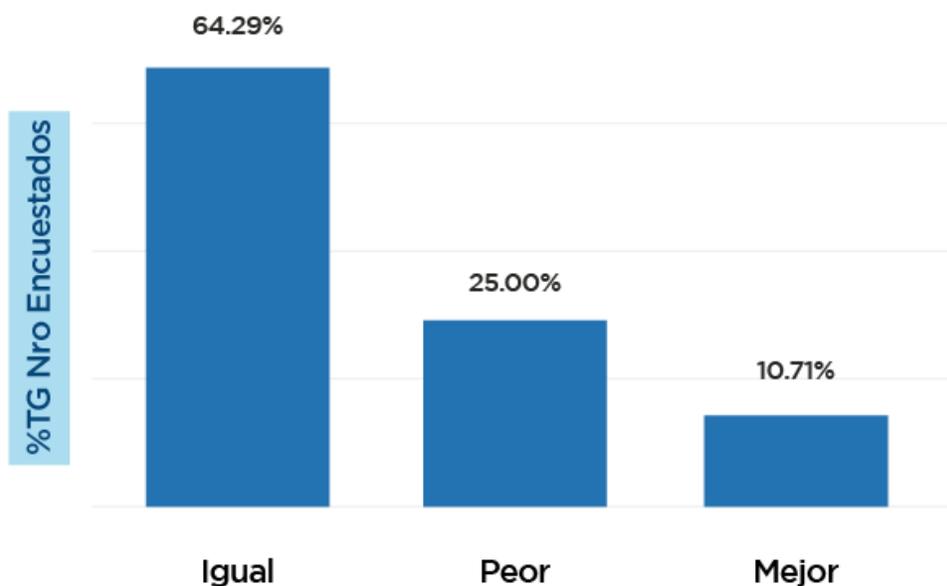
6. Situación y Expectativa.

Únicamente el 11% de los empresarios, manifestó haber tenido una mejora en el último trimestre del 2020 en cuanto al clima de negocios.

El 25% resiente que la situación fue de más a menos y el 64% considera que la situación se mantuvo igual que el tercer trimestre del mismo año.

Figura 6

SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS ESTABLECIMIENTOS AL CIERRE DEL AÑO 2020



Situación Trim 4 2020

Consultados sobre sus expectativas para el primer trimestre del 2021, 45% estima que el clima de negocios en sus empresas estará mejor, 50% mantiene una expectativa sin novedad y el 5% considera que empeorará.

Figura 7

EXPECTATIVA ECONÓMICA DE LOS EMPRESARIOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE 2021



7. Conclusiones.

La expectativa y situación del sector sigue siendo muy crítica, y aunque un porcentaje espera que mejore, todavía un 55% esperan que continuará igual o peor.

Entre los empresarios que esperan que mejore, sus esperanzas están puestas en que tengan resultado las estrategias mencionadas y que se concreten los incentivos necesarios por parte del Gobierno. Según ellos, eso les podría permitir superar la crisis y garantizar la supervivencia de sus establecimientos. También existe precisión en identificar las principales dificultades a las que se enfrentan para mantener sus operaciones, entre las que se cuentan como las más importantes la necesidad de apoyo técnico de organismos de asistencia y las entes financieras. Recuperar el 51% del empleo perdido depende en gran medida del tiempo que les tome recuperar el 53% de ingresos mensuales que han perdido.



A casi un año del inicio de la emergencia sanitaria, aún y a pesar de lo prolongado de los impactos, la mayoría de los empresarios se mantienen en la actividad, lo que muestra la alta resiliencia en los empresarios de este sector. Según el sondeo del Observatorio Mype, un 86% de los empresarios de la Mype turística siguen operando, pese a las tremendas dificultades.