



COMUNICADO

Comunicado a la opinión pública en relación con el impacto en la Industria Turística Costarricense de la Emergencia Sanitaria del COVID-19.

ENTENDIENDO QUE:

Como consecuencia de esta Emergencia Sanitaria, se ha producido la paralización de prácticamente la totalidad de los hoteles, tour operadoras, empresas de transporte turísticos, guías turísticos, restaurantes y emprendedores gastronómicos, muchos de ellos auto empleados. Además, de la agricultura, la industria, el comercio y los servicios de transporte en general, banca, gobierno y otros servicios.

La decisión de las autoridades costarricenses de declarar una emergencia sanitaria, con el claro objetivo de disminuir la tasa de propagación de este virus y evitar que sobrepase las capacidades sanitarias del país, impactó las ventas en la Industria de la hospitalidad y en general.

El sector privado ha visto la reducción de sus ventas, causando un daño directo en el periodo económico financiero en curso; de las finanzas, la rentabilidad, el empleo directo e indirecto y la suspensión de las posibles inversiones de las empresas. El mayor efecto de las inevitables medidas de emergencia sanitaria, sobre la industria turística, fue la enorme cantidad de reservaciones canceladas desde mediados de marzo, por turistas internacionales que habrían venido a Costa Rica y la total reducción del turismo interno, causando la disminución de sus finanzas, golpeando directamente la liquidez, el capital de trabajo y en consecuencia, el crítico deterioro para atender los compromisos de pago a proveedores de bienes y servicios, deudas de corto plazo y la planilla total.

Las MIPYMES turísticas de hospedaje, que son cerca del noventa por ciento de la planta hotelera costarricense, compuesta por establecimientos con una cantidad de habitaciones inferior a 100; así como el Turismo Rural, el Eco-Aventurismo, el Turismo de Reuniones, el Cultural, la Gastronomía, la Artesanía con Identidad, el Turismo de Bienestar y las actividades agropecuarias que se han desarrollado como proveedor puntual de empresas gastronómicas y el turismo en general.

CONSIDERAMOS QUE:

Esta es una oportunidad para promover una gestión empresarial diferente, disruptiva, donde el teletrabajo se convierta en la excelente herramienta para empleados, mandos medios y superiores sin interrumpir la gestión del negocio, el control de las operaciones, las finanzas, las ventas, el mercadeo y la publicidad.





El sector agropecuario, en sus diferentes dimensiones, es un proveedor importante en las actividades de alimentos y bebidas, y por lo tanto debe ser parte de las soluciones.

Concordamos con los alcances y enfoque de medidas propuestas por la Cámara Nacional de Turismo, CANATUR, en el ámbito laboral, financiero, fiscal, municipal y promocional, hacia un turismo internacional consolidado y un turismo interno que tiene un protagonismo a desarrollar.

Para atender con efectividad el apoyo real a las MIPYMES turísticas, hoteles, restaurantes y tour operadoras, es necesario que sus finanzas se logren normalizar, mediante acceso a crédito, menores tasas de interés, renegociación de los plazos de crédito, reestructuración de deuda, del diferimiento de pago por mutuo acuerdo con ciertos proveedores y obligaciones con bancos y entidades financieras nacionales e internacionales, la atención de sueldos y salarios al personal, gastos fijos y de procesos administrativos y operativos. En este sentido, entendemos que las directrices emanadas del CONASSIF y del Banco Central de Costa Rica, son determinantes para que el sistema bancario implemente las medidas necesarias para estabilizar las finanzas del sector privado y el crédito personal de miles de costarricenses.

El sector privado y público, deben diseñar acciones inmediatas como las vinculadas a la emergencia sanitaria, que permitan la pronta recuperación como lo exige la competitividad en los mercados meta, para mantener y hacer crecer el liderazgo global de la Industria turística costarricense, porque se prevé que los clientes serán más exigentes en seguridad alimentaria, en la propuesta gastronómica, en sostenibilidad, prácticas sanitarias, las relaciones públicas para atraer al cliente y la gestión gerencial necesaria, aún más en esta coyuntura.

Se deben repensar los esfuerzos en mercadeo y ventas después de COVID -19, en la mezcla de clientes, tarifas, precios de menú, segmentos de mercado, que podrían cambiar dentro de realidades muy particulares.

Con visión de largo plazo, los virus, el cambio climático, los huracanes, tsunamis, y otros eventos naturales y geopolíticos, deben ser parte de los insumos en los escenarios futuros, junto con intereses sobre préstamos, gastos de energía, impuestos, cargas sociales entre otros y las condiciones económicas en cada momento.

UNIVERSIDAD DEL TURISMO

Ramón Madrigal León, Rector

Campus UTUR: Costa Rica, San José, Paseo Colón, entre calle 38 y 40, Edificio Centro Colón, Piso 1



+506 8531 9573



www.utur.ac.cr
info@udur.ac.cr



/UTURinfo



+506 2258 6290