



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 5
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-04-19
	PÁGINA: 1 de 1

16

FECH junio, 2021

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
FACULTAD	Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables.
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Tecnología en gestión turística y hotelera.

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Carvajal Benssan	Luisa Fernanda	1.070.614.010

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Lozano Guarnizo	Diana Maria

TÍTULO DEL DOCUMENTO

¿QUÉ IMPACTO HUBO EN EL SECTOR TURÍSTICO A CAUSA DEL COVID-19 EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2020?

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

Tecnologo en gestión turística y hotelera

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
2020	

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
Covid 19	Covid 19
Pandemia	Pandemic
Impacto	Impact
Reinvención	Reinvention
Turismo	Tourism
Protocolos	Protocols

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El turismo en Colombia es un sector económico de gran relevancia para el desarrollo y la economía nacional, es un sector versátil en constante crecimiento fuente generadora de empleos principalmente a jóvenes y mujeres que inician su vida laboral, las proyecciones anuales siempre tienen en consideración el rubro de importancia que ingresa a la economía del país, tanto así que para el 2019 se presentaron informes que exhibían un panorama alentador para años venideros en este, ubicando al sector turístico y a Colombia como uno de los países atractivos a visitar en la comunidad extranjero. Colombia en absoluto no fue ajeno a dichas políticas y medidas de control sanitario en beneficio de la salud de los habitantes del país y sumado a la crisis sanitaria que evidenció las serias falencias en el sistema de salud Nacional, la economía también se vio seriamente afectada. Todos los sectores pertenecientes al sistema económico Nacional, el agrícola, la industria y aquellos destinados a prestación de servicios sienten con mayor intensidad la repercusión de una pandemia para la estabilidad económica de cualquier país y empiezan a reportar a lo largo de la duración las serias afectaciones que amenazan con dejar a la nación desprovista de los recursos necesarios para realizar las inversiones adecuadas para afrontar la pandemia. Por su parte, Girardot como una de las ciudades clave del sector turístico en el interior del país y que ha operado a lo largo de su historia bajo un modelo económico basado en el turismo como eje y fuente principal de ingresos para las actividades relacionadas con el sector de tipo formal e informal resiente estas medidas y el impacto hace evidente la dependencia del municipio a la actividad económica, ya que como sector terciario la falta del insumo principal en la economía local, trajo consigo una transformación de la mayor parte de negocios dedicados al turismo y entrenamiento. Girardot es un municipio caracterizado por ser el sitio de mayor predilección en cuanto a turismo se refiere por parte de la gente del interior del país, sus principales fuentes de ingreso corresponden a los turistas que con motivo de festividades o días feriados asisten en grandes cantidades a la ciudad de las acacias, este sector venía mostrando un desarrollo notable con el paso de los años la oferta de servicios se estaba ampliando, según la Cámara de Comercio durante el año 2019 se registraron cerca de 200 matrículas mercantiles para establecimientos de comida, de los cuales 26 al día de hoy mantienen su

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Alcaldía de girardot . (31 de Diciembre de 2020). Obtenido de Pagina de facebook:
<https://www.facebook.com/AlcaldiadeGirardotOficial/posts/241004314094799>
Asojuntas Girardot. (2012). ASOCIACIÓN MUNICIPAL DE JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL. Obtenido de ASOCIACIÓN MUNICIPAL DE JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL: <http://asojuntasgirardot.com/jac/ub/ubi.html>
Camacho, A., & Vanegas, O. (2020). Universidad Externado de Colombia. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
COTELCO. (16 de MAR de 2020). Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>
COTELCO. (13 de MARZO de 2020). COTELCO. Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/covid19>

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento, medio físico, electrónico y digital	x	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional con motivos de publicación, en pro de su consulta, vicivilización académica y de investigación.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización. Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos. Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor. De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. Si _____ NO X . En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



- j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



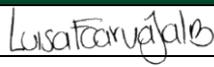
Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del trabajo.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. QUÉ IMPACTO HUBO EN EL SECTOR TURÍSTICO A CAUSA DEL COVID-19 EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2020.PDF	TEXTO
2,	
3,	
4,	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Luisa Fernanda Carvajal Benssan	

**¿QUÉ IMPACTO HUBO EN EL SECTOR TURÍSTICO A CAUSA DEL COVID-19
EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2020?**

LUISA FERNANDA CARVAJAL BENSSAN

COD: 392213206

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT

2021

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
1. TITULO	7
2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	8
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
4. OBJETIVOS	14
4.1 OBJETIVO GENERAL	14
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
5. JUSTIFICACIÓN	15
6. MARCO REFERENCIAL	18
6.1 MARCO TEÓRICO	18
6.2 MARCO LEGAL	23
6.3 MARCO CONCEPTUAL	27
6.4 MARCO GEOGRÁFICO	30
7. DISEÑO METODOLÓGICO	32

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
7.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	32
7.2.1. REVISIÓN DOCUMENTAL	33
7.2.2 ENCUESTA	44
8. RESULTADOS	47
9. CONCLUSIONES	56
10. RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	60

INTRODUCCIÓN

El turismo en Colombia es un sector económico de gran relevancia para el desarrollo y la economía nacional, es un sector versátil en constante crecimiento fuente generadora de empleos principalmente a jóvenes y mujeres que inician su vida laboral, las proyecciones anuales siempre tienen en consideración el rubro de importancia que ingresa a la economía del país, tanto así que para el 2019 se presentaron informes que presentaban un panorama alentador para años venideros en este, ubicando al sector turístico y a Colombia como uno de los países atractivos a visitar en la comunidad extranjero. Al finalizar el año 2019 se desata en el continente asiático una cepa nueva de un virus con altas posibilidades debido a su tasa de contagio de convertirse en pandemia, especulaciones que se confirmarían con la velocidad de propagación y el alcance a nivel global que dicho virus alcanzaría hasta los presentes días, lo cual devino en una crisis primeramente sanitaria, social y por último económica, golpeando esta última con mayor fuerza a aquellos países en vía de desarrollo.

Siendo el COVID-19 un virus de alta transmisibilidad, que ataca especialmente el sistema respiratorio y que su transmisión puede estar mediada por cualquier objeto e incluso el medio ambiente, las medidas preventivas mientras se desarrollaban avances de carácter científico se basaron en normas de carácter restrictivo, es así como surgen las medidas de distanciamiento social como lo único efectivo para reducir las altas tasas de contagio y otorgar un poco de tiempo mientras se alcanza y diseñaba un esquema de inmunización efectivo, todos aquellos sitios donde se realizaban conglomeraciones debieron ser cerrados y cualquier tipo de espectáculo que convocara a las multitudes en espacios donde la cercanía y por ende el eventual contagio era inevitable.

El comercio e industria del entretenimiento se ve obligado a cerrar, posponer y clausurar todo tipo de actividades sociales en masa hasta que las autoridades competentes determinasen una salida a la crisis de salubridad.

La adopción de medidas preventivas se llevó a cabo a lo largo del mundo como un esfuerzo coordinado para evitar el colapso de los sistemas de salud y con la expedición e implementación de facultades especiales, las cuales permitieron a los Estados restringir ciertas libertades de consumo, movilidad, desarrollo entre otras bajo el precepto y derecho fundamental de la preservación de la vida.

Colombia en absoluto no fue ajeno a dichas políticas y medidas de control sanitario en beneficio de la salud de los habitantes del país y sumado a la crisis sanitaria que evidenció las serias falencias en el sistema de salud Nacional, la economía también se vio seriamente afectada.

Todos los sectores pertenecientes al sistema económico Nacional, el agrícola, la industria y aquellos destinados a prestación de servicios sienten con mayor intensidad la repercusión de una pandemia para la estabilidad económica de cualquier país y empiezan a reportar a lo largo de la duración las serias afectaciones que amenazan con dejar a la nación desprovista de los recursos necesarios para realizar las inversiones adecuadas para afrontar la pandemia.

El turismo en particular ante las medidas implementadas fue uno de los sectores que reportó pérdidas totales; los cierres de fronteras, playas, agencias, restaurantes y el aislamiento obligatorio perjudicaron por completo a los diferentes operadores turísticos, obligándolos a prescindir de los servicios de algunos de sus empleados, transformar sus políticas de servicio e inclusive la liquidación total de sus empresas.

Por su parte, Girardot como una de las ciudades clave del sector turístico en el interior del país y que ha operado a lo largo de su historia bajo un modelo económico basado en el turismo como eje y fuente principal de ingresos para las actividades relacionadas con el sector de tipo formal e informal resiente estas medidas y el

impacto hace evidente la dependencia del municipio a la actividad económica, ya que como sector terciario (prestador de servicios) la falta del insumo principal en la economía local, trajo consigo una transformación de la mayor parte de negocios dedicados al turismo y entrenamiento.

Conforme a lo anterior se desea determinar la manera en la que la pandemia vigente a la fecha ha modificado el producto comercial del municipio (el turismo) y cómo se ha adaptado a través de la implementación de protocolos con miras a una eventual normalidad y apertura gradual de todas las actividades de carácter social

1. TÍTULO

¿QUÉ IMPACTO HUBO EN EL SECTOR TURÍSTICO A CAUSA DEL COVID-19
EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2020?

2 ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El área de investigación, el Consejo de Facultad aprobó las áreas y líneas de investigación (Acta N° 009 del 17 de agosto de 2016) que guiarán todo el proceso de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables derivadas de la línea Institucional: Pensamiento y Organizaciones. Todas ellas bajo el firme propósito de apoyar el desarrollo económico, político, cultural y social del departamento de Cundinamarca y de Colombia en general, tal como lo demanda el Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Facultad y de Programa, para lo cual se acoge al área de. Turismo y Sociedad

2.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación, al igual que el área, se encuentran establecidos Acta N° 009 del 17 de agosto de 2016) que guiarán todo el proceso de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables; para lo cual se acoge a la línea denominada: Desarrollo Turístico.

2.3 PROGRAMA ACADÉMICO

La realización de trabajo de grado denominado ¿qué impacto hubo en el sector turístico a causa del covid-19 en la ciudad de Girardot en el año 2020?

Se encuentra adscrito al programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El año 2020 se vio azotado repentinamente por la llegada de una afección que fue notificada en Wuhan (china) el 31 de diciembre de 2019 por primera vez fue esparciendo alrededor del mundo a grandes velocidades, llegando así a los aproximadamente 81.159.096 casos y aproximadamente 1.791.246 fallecidos según la OMS. Lo cual afecto la vida tal y como la conocíamos, obligándonos a tomar medidas de bioseguridad con el fin de cuidar de nuestra salud, lo que fue afectando paulatinamente diferentes sectores económicos, principalmente el sector turístico ya que dicha afección se esparce con mayor facilidad en lugares con mayor aforo de personas, obligando así a reinventar la manera de hacer turismo, entrando a una nueva normalidad, para así mitigar los contagios. Con la llegada de dicha afección, llego también una nueva normalidad con protocolos de seguridad que deben cumplirse rigurosamente a la hora de vacacionar, también bajar la ocupación de hoteles, restaurantes, etc. Lo cual fue un impacto sumamente negativo el turismo, bajando venta, visitas y así mismo llevando establecimientos que dependen de la actividad para sobrevivir, a despidos masivos, en el caso de algunas grandes empresas cierre de franquicias y hasta la quiebra.

El miércoles 25 de marzo de 2020 el presidente de la República declara confinamiento preventivo, el cual paulatinamente se fue convirtiendo en confinamiento obligatorio, forzando así a suspender actividades de comercio y turismo en la ciudad, con el fin de evitar la propagación e infección de los ciudadanos, llegando así a los 1.642.775 casos y los 43.213 fallecidos SEGÚN EL MINISTERIO DE SALUD COLOMBIANO. Lo cual eventualmente se convirtió en una

medida que duro aproximadamente 9 meses obligando a los GIRARDOTEÑOS a resguardarse en sus hogares y restringir la fluidez de turistas en la ciudad, para final de año exactamente el 31 de diciembre de 2020 alcanzar a los 4.395 casos y las 143¹ muertes en la ciudad de Girardot. Al año cientos de turistas visitan la ciudad en busca de pasar un rato de ocio y relajación, convirtiendo así el turismo en su mayor actividad económica debido a su infraestructura, clima, diversas actividades para disfrutar y su gran cercanía con la capital del país, hace al municipio de Girardot un lugar predilecto entre los turistas para vacacionar, lo cual con la llegada del COVID-19 disminuyo ventas y visitas de turistas lo cual afecto la formalidad en el turismo de la ciudad obligando a las personas a adaptarse a una nueva normalidad (protocolos y medidas) y en el peor de los casos, cierre total o desertar de sus empresas.

Para el año 2019 se registraron cifras alentadoras en materia de turismo “su aporte a la evolución del Producto Interno Bruto (PIB) fue del 0,9%. El funcionario valoró la influencia del turismo en este resultado: ‘le hemos apostado a convertir a Colombia en un destino competitivo de talla internacional y las cifras del PIB ratifican el buen desempeño de otros indicadores’. Al respecto, el ministro recalcó las cifras récord de ocupación hotelera” (MINCIT, 2020). Sin embargo, para el año 2020 con la aparición de la nueva enfermedad COVID-19 el turismo fue uno de los sectores mayormente afectados debido a su capacidad, pues estas actividades podrían presuntamente arriesgar la salud de las personas. “Entre enero y mayo, el número de turistas internacionales cayó en un 56% respecto a 2019. 300 millones de pasajeros menos que en el mismo periodo del año anterior”. (UNIANDÉS, 2020). Demostrando así la inminente crisis que se aproximaba para el turismo a nivel nacional y mundial, obligando a las empresas del sector a unir fuerzas e innovar con

¹*Alcaldía de girardot* . (31 de Diciembre de 2020). Obtenido de Página de facebook: <https://www.facebook.com/AlcaldiadeGirardotOficial/posts/241004314094799>

estrategias para poder sobrellevar este episodio gris. “En un esfuerzo que ayudaría a reactivar el sector turístico en el país, el 21 de julio se realizó el primer piloto de viajes nacionales con 35 pasajeros en la ruta Bucaramanga - Cúcuta, con estrictos protocolos de bioseguridad.” (UNIANDES, 2020). Este esfuerzo con el fin de reactivar el turismo de manera paulatina.

“Sandra Vilardy² y Karol Fajardo³, coinciden en que la crisis debe ser una oportunidad para reinventarse porque el turismo es una de las fuentes que puede impulsar la reactivación económica, pues según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en los últimos diez años este sector le ha aportado entre 3,5% y 3,8% al PIB.” (UNIANDES, 2020). La tecnología, nuevas ofertas que prometan seguridad en la salud, la virtualidad, etc. Serán la clave para enfrentar los retos que trae consigo esta nueva epidemia, el virus COVID-19.

² Sandra Vilardy: profesora de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.

³ Karol Fajardo Mariño: Asesora viceministro - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué consecuencias trajo el COVID-19 para el municipio de Girardot en el año 2020?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Indagar las consecuencias ocasionadas por el COVID-19 en el sector turístico del municipio de Girardot en el año 2020.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las problemáticas a las que se ha enfrentado el sector turístico agencias de viaje.
- Determinar de qué manera se han implementado y aceptado los procesos de cambio (protocolos).
- Conocer los cambios del turismo en el municipio de Girardot en el año 2020.

5. JUSTIFICACIÓN

El sector turístico ha sido una fuente generadora de empleos en crecimiento, ayudando principalmente a mujeres y jóvenes, dándoles oportunidad de iniciar en el campo laboral, aparte de ser un sector emergente debido a que cada vez se otorga mayor importancia a vacacionar, la recreación y el ocio, estas ahora hacen parte de las necesidades básicas del ser humano. Ha ido creciendo en tendencia el viajar y conocer nuevas culturas con fines recreativos.

La pandemia acompañada del aislamiento preventivo, a puertas de semana Santa se dio la orden de un encierro preventivo que para creencia de muchos solo duraría dos semanas, máximo un mes. El gobierno nacional decidió implementar una serie de protocolos para contener el virus, tales como: Aislamiento obligatorio, cierre de fronteras, impedir la entrada a extranjeros con excepción a colombianos, extranjeros con residencia permanente, diplomáticos, etc.

Llegó al país estando este en un momento donde se proyectaba éxito, pues se rompieron récords en el año 2019 de visitas de extranjeros, lo cual se esperaba que el año 2020 fuese un año exitoso para el sector. El turismo aportó un 0.9% al PIB del país en el 2019⁴. Se proyectaban para el 2020 las cifras más altas en los últimos 15 años, lo cual era muy prometedor.

⁴ *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (24 de Febrero de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>

Colombia para el año 2019 presentaba cifras alentadoras en materia de turismo, poniendo un panorama alentador frente al turismo extranjero “en 2019 se presentó récord en ocupación hotelera que alcanzó el 57,8%”⁵, una cifra esperanzadora para el turismo, pues esto traería consigo aumento en la demanda, empleos y mejores oportunidades tanto a la formalidad como a la informalidad de este sector.

En Colombia, el COVID-19 produjo como en muchos otros países una serie de medidas con el fin de frenar el contagio, entre ellas el aislamiento obligatorio a inicios de marzo de 2020 obligando a detener todas las operaciones de aquellas empresas dedicadas a la prestación de servicios en el sector turístico como: hoteles, restaurantes, agencias de viajes y todos los demás. Estas medidas contemplaron las siguientes restricciones:

Cerrar las fronteras terrestres, marítimas y fluviales hasta el 30 de mayo (resolución 412 del 16 de marzo de 2020), y suspender el ingreso de extranjeros al territorio nacional vía aérea hasta el 30 de mayo, con algunas excepciones (resolución 408 del 15 de marzo de 2020).

Prohibir el arribo de todos los vuelos internacionales de pasajeros a los aeropuertos del país desde el 23 de marzo y por un periodo de 30 días. Ordenar el aislamiento obligatorio o cuarentena en todo el territorio nacional desde las cero horas del miércoles 25 de marzo hasta el 13 de abril. Esto, siguiendo los decretos de varios gobiernos municipales, que restringieron la libre circulación en las ciudades⁶

Girardot es un municipio caracterizado por ser el sitio de mayor predilección en cuanto a turismo se refiere por parte de la gente del interior del país, sus principales fuentes de ingreso corresponden a los turistas que con motivo de festividades o días

⁵ *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (24 de Febrero de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>

⁶ Camacho, A., & Vanegas, O. (2020). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>

feriados asisten en grandes cantidades a la ciudad de las acacias, este sector venía mostrando un desarrollo notable con el paso de los años la oferta de servicios se estaba ampliando, según la Cámara de Comercio durante el año 2019 se registraron cerca de 200 matriculas mercantiles para establecimientos de comida, de los cuales 26 al día de hoy mantienen su registro mercantil conforme a los protocolos exigidos por la secretaria de educación.

Lo anterior da cuenta de la magnitud del problema que atraviesan las empresas dedicadas al turismo en el municipio, motivo por el cual es fundamental indagar sobre el impacto y la manera en la que se vio afectado el sector turístico en el municipio de Girardot durante el año 2020, dado que es un municipio que desempeña una de sus actividades económicas el turismo y con la llegada del COVID-19 el sector se vio afectado frente a esta y a la nueva normalidad dictada por la OMS y los lineamientos dictados por el país. Se pretende analizar los puntos específicos en donde estos representantes del sector turístico se vieron afectados además qué impacto tuvo en él y de qué forma se fueron adaptando ante tal desafío.

Girardot posee características que resultan muy atractivas para los turistas, la que más gusta, es el clima puesto que los turistas frecuentes son los de la capital del país: Bogotá, que vienen a la ciudad a disfrutar de la tranquilidad y de su clima. Una de las temporadas más fuertes de la ciudad, donde su ingreso turístico es más elevado respecto a otras épocas y esas es en octubre, debido al reinado nacional del turismo y al cumpleaños de la ciudad de las acacias, por eso es sumamente importante conocer cuáles fueron las estrategias para mitigar el impacto que implementó el sector turístico para solventar esta crisis, algunos hablan de planes más económicos, rebajas en los hospedajes, otros no corriendo con tanta suerte se vieron obligados a ejecutar despidos de empleados y hasta cierres totales de sus empresas.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 MARCO TEÓRICO

Con relación a la historia de la humanidad y al desarrollo y creación de las primeras sociedades, el turismo es de origen reciente, ya que este se da como la manifestación sociocultural de una comunidad o el interés innato por parte del hombre de conocer y explorar en el entorno en el que se ubica.

El turismo es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones. Por esta razón existe gran variedad de definiciones, algunas muy diferentes entre sí, según sea el enfoque que se le dé al concepto, o bien el ámbito de formación o trabajo de quien las formula, y de la época.⁷ Sin embargo, su origen o definición concreta no existe ya que son múltiples y varían dependiendo el contexto en el que se desarrolle el concepto; con el fin de unificar criterios la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, ahora Organización Mundial del Turismo (OMT), que es la máxima autoridad en la materia adaptó la siguiente definición

“El Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.”⁸

Etimológicamente la palabra “turismo” proviene de *tour* o *turn*, derivado del verbo latino *tornare* que se deriva a su vez del sustantivo *tornus*, que significa volver, girar o retornar, en síntesis, quiere decir “ir y volver”.

⁷ Di-bella, M. G. (1997). *Introducción al turismo*. Ciudad de México: Trillas S.A.

⁸ La definición de la UIOOT (OMT).

La anterior definición se ajusta y encierra de manera sucinta todo el concepto global del turismo como actividad social llevada a cabo por el hombre, pero como toda actividad o fenómeno social está sujeta a los cambios que se presenten en su entorno, es así como el término ha ido evolucionando a lo largo de los años y a través del aprendizaje e intercambio de saberes con las herramientas que se han ido desarrollando a lo largo del tiempo, tal como lo afirma Oscar de la Torre Padilla, “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”⁹

El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del hombre para responder a los nuevos retos y necesidades que surgen al paso del tiempo. De igual manera se han diversificado las razones por las cuales el hombre realiza turismo, así como los medios y sistemas de los cuales el turismo ha hecho uso con el fin de poder llevarse a cabo. Por otra parte, entre la definición previamente se establece que el turismo responde a un fenómeno social, entendiendo por este concepto aquel que aparece o sucede en el ámbito de los grupos humanos con algunas características particulares, es decir, es una manifestación del comportamiento humano que, en cierto sentido, es resultado de la interacción social.

La invención de medios de transporte para pasajeros fomenta de manera exponencial el sector turístico, la locomotora y el avión fueron herramientas precursoras de muchos de los fenómenos migratorios que se daban por placer, adicionalmente para 1950, con la introducción de nuevas técnicas del mercadeo en

⁹ Oscar de la Torre Padilla en su libro 'Turismo, fenómeno social, México, 1980, Fondo de Cultura Económica y da como referencia Cursos de estudios de turismo de la UIOOT, Tomo I, 1967

el turismo y su comercialización, nace en Europa el concepto del “producto turístico” con la estandarización de su oferta¹⁰; es decir el sector pasa a ser parte de la economía nacional de los países industrializados y se instrumentaliza como tal con el fin de obtener los mayores réditos posibles aprovechando las capacidades y tecnologías disponibles en aquel entonces, la cual se caracterizó por una producción en serie, con economías de escala, impulsada por el auge de la tecnología y bajos precios del petróleo que facilitaron los desplazamientos; con ello se complacían a turistas poco experimentados atraídos por precios bajos y destinos específicos (sol y playa), que sólo les importaba ir de vacaciones y no la calidad, personalización o flexibilidad de servicios.

Cabe resaltar que entre los servicios que comprenden el sector turístico existen múltiples opciones sin embargo estos pueden ser catalogados de la siguiente manera con base al tipo de servicio que se requiere (gastronómico, religioso, cultural, histórico, académico, extremo, ecoturismo, deportivo) entre otro tipo de variantes que están sujetas al entorno en el que se desarrolla la actividad, es por ello que se afirma y de manera acertada que la dinámica del turismo en la actividad económica, amerita ser temática de investigación desde diversos ámbitos (social, económico, administrativo, legal, ambiental, entre otros)¹¹

Por otra parte, y conforme a lo sucedido a finales del año 2019 que generó una crisis sanitaria por cuenta del COVID-19 impactando todos los aspectos de la vida de las personas como individuos o sociedades, la Organización Mundial de Salud definió tiempo atrás a la pandemia como, “la propagación a escala mundial de una nueva

¹⁰ Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo*. Vol. 1. Editorial Trillas. México

¹¹ Di-bella, M. G. (1997). *Introducción al turismo*. Ciudad de México: Trillas S.A.

enfermedad”¹² Sin embargo, este concepto ha sufrido cambios debido a los nuevos virus que surgen cada vez.

La OMS indica que, para que pueda aparecer una pandemia, se necesita:

- Que aparezca un microorganismo nuevo, que no haya circulado previamente y, por lo tanto, no exista población inmune a él.
- Que el microorganismo sea capaz de producir casos graves de enfermedad o la muerte.
- Que el microorganismo tenga la capacidad de transmitirse de persona a persona de forma eficaz.

Teniendo en cuenta lo anterior, el nuevo SARS. COVID-19, es definido como “una cepa particular de coronavirus que no había sido identificada previamente en humanos”¹³ a partir del cual la mayoría de contagiados presentan cuadros respiratorios de leves a moderados, y se recuperan sin tratamiento especial. Las personas mayores y quienes tienen enfermedades preexistentes tienden a presentar cuadros con mayor severidad al punto de llegar a ser mortales.

Este virus se propaga fácilmente a través de gotículas de saliva o secreciones nasales, por ende, la mejor manera de prevención es la protección de la cara, lavado de manos y distanciamiento social lo que implica evitar todo tipo de eventos de carácter social en los que las conglomeraciones o reunión de un grupo de personas se lleven a cabo.

¹² OMS. (24 de febrero de 2010). Alerta y Respuesta Mundiales (GAR). Obtenido de https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es

¹³ OMS (2020) Coronavirus Recuperado de: https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

En el año 2020, se da a conocer el primer caso de coronavirus en Colombia, El gobierno nacional por medio la Resolución 385 del 12 marzo de 2020 se declara emergencia sanitaria y protocolos de prevención para la misma.

Para el día 22 de marzo mediante el Decreto 457 de 2020 se decreta aislamiento preventivo obligatorio desde el 25 del mismo mes hasta el 13 de abril a Colombia con el fin de prevenir la dispersión del virus, lo que paulatinamente se convertiría en un aislamiento de 7 meses, por medio de la resolución 453 del 18 marzo de 2020 se ordena la clausura temporal de establecimientos tales como comerciales, de esparcimiento y diversión, ocio, entretenimiento, contemplado de igual forma a todos los operadores del sector turístico.

Al momento de elaboración de este documento, en Colombia se registran 3.753.224 de casos totales, 28.519 nuevos casos y 586 muertes cifra récord para la fecha, lo anterior permite dar cuenta del alto riesgo que corre el país producto del virus, e inevitablemente estas cifras dejan entrever la afectación a nivel salud y permiten vislumbrar el panorama en lo social y económico.

6.2 MARCO LEGAL

- Ley 300 de 1996 “Ley General de turismo”

Artículo 69. Del fomento de la calidad en el sector turismo. El Ministerio de Desarrollo fomentará el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos prestados a la comunidad.

Decreto 1074 de 2015 Programa de turismo responsable

- Artículo 2.2.4.9.2.4. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo orientará acciones encaminadas a promover el desarrollo de buenas prácticas del sector para la actuación ética responsable, sostenible y sustentable por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con lo dispuesto en el Código de Ética Mundial del Turismo.
- Artículo 2.2.1.7.1 Objetivos del SNCA. Subsistema Nacional de la Calidad - SNCA tiene como objetivos fundamentales los siguientes: Promover en los mercados la seguridad, calidad, confianza, innovación, productividad y competitividad de los sectores productivos e importadores de productos.

Decreto 397 de 13 de marzo de 2020 “por el cual se establece en beneficio en la presentación y pago de la contribución parafiscal para la promoción del turismo para mitigar los efectos económicos del coronavirus COVID-19 en el territorio nacional

- Artículo 1. Presentación y pago de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo. Los sujetos pasivos de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo tendrán plazo para presentar y pagar las

liquidaciones privadas correspondientes al primer trimestre del año 2020, hasta el día 29 de julio de 2020.

- Decreto 417 de 17 marzo 2020 “Por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional”

Decreto 539 de 13 abril de 2020 “por el cual se adoptan medidas de bioseguridad para mitigar, evitar la propagación y realizar el adecuado manejo de la pandemia del coronavirus COVID-19, en el marco del estado de emergencia económica, social y ecológica”

- Art 1. Protocolos de bioseguridad. Durante el término de la emergencia sanitaria declarada por el Ministerio de Salud y Protección Social, con ocasión de la pandemia derivada del Coronavirus COVID-19, el Ministerio de Salud y Protección Social será la entidad encargada de determinar y expedir los protocolos que sobre bioseguridad se requieran para todas las actividades económicas, sociales y sectores de la administración pública, para mitigar, controlar, evitar la propagación y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19.
- Decreto 557 de 15 abril del 2020 “Por el cual se adoptan medidas transitorias en materia de turismo y registros sanitarios para las micro y pequeñas empresas, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica”

Resolución 385 de 12 marzo de 2020 “por la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del coronavirus COVID-19 y se adoptan medidas para hacer frente al virus”

- Art. 1 Declárase la emergencia sanitaria en todo el territorio nacional hasta el 30 de mayo de 2020. Dicha declaratoria podrá finalizar antes de la fecha aquí

señalada o cuando desaparezcan las causas que le dieron origen o, si estas persisten o se incrementan, podrá ser prorrogada.

- Art. 2.3 ordenar a los establecimientos comerciales y mercados que implementen las medidas higiénicas en los espacios o superficies de contagio y las medidas de salubridad que faciliten el acceso de la población a sus servicios higiénicos, así como la de sus trabajadores.

Resolución 453 18 marzo de 2020 “Por la cual se adoptan medidas sanitarias de control en algunos establecimientos por causa del COVID-19 y se dictan otras disposiciones”

Parágrafo 2. Esta medida no será aplicable a los servicios prestados en establecimientos hoteleros.

Resolución 666 del 24 abril de 2020 “por medio de la cual se adopta el protocolo general de seguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo la pandemia del coronavirus COVID-19”

- Art 2 Ámbito de aplicación. Está resolución aplica a trabajadores del sector público y privado, aprendices, practicantes, cooperados de cooperativas o pre cooperativas de trabajo asociado, afiliados participes, los contratantes públicos y privados, contratistas vinculados mediante contrato de prestación de servicios de los diferentes sectores económicos, productivos, en adelante trabajadores, empleadores, entidades gubernamentales, ARL y a las actividades sociales y económicas que realicen las personas, en lo que aplique.

Parágrafo 1. Para la aplicación del protocolo cada sector, empresa o entidad deberá realizar; con el apoyo de sus administradoras de riesgos laborales, las adaptaciones correspondientes a su actividad, definiendo las diferentes estrategias que

garanticen un distanciamiento físico y adecuados procesos de higiene y protección en el trabajo

Resolución 0576 27 de mayo de 2020 “por medio de la cual se crea el sello de calidad ‘check in certificado’ y se establecen las condiciones para obtener su uso”

- Art. 2 La presente resolución tiene por objeto crear el sello de calidad "Check in Certificado" y su versión en inglés "Certified Check in", así como establecer los requisitos y las condiciones para obtener su uso, a partir de la implementación, aplicación 21 sistemática y certificación de cumplimiento de los protocolos de bioseguridad expedidos por el Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 1443 24 de agosto de 2020 “por medio del cual se adopta el protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del coronavirus COVID-19 en las actividades de los operadores turísticos y en los servicios turísticos prestados en las áreas y atractivos turísticos”

6.3 MARCO CONCEPTUAL

AISLAMIENTO: Acción y resultado de evitar o disminuir la propagación de un fenómeno físico, como el calor, el sonido o la electricidad, por medio de un material aislante.

BIOSEGURIDAD: La bioseguridad es un conjunto de normas, medidas y protocolos que son aplicados en múltiples procedimientos realizados en investigaciones científicas y trabajos docentes con el objetivo de contribuir a la prevención de riesgos o infecciones derivadas de la exposición a agentes potencialmente infecciosos o con cargas significativas de riesgo biológico, químico y/ físicos, como por ejemplo el manejo de residuos especiales, almacenamiento de reactivos y uso de barreras protectoras entre otros.

CONFINAMIENTO: Aislamiento temporal y generalmente impuesto de una población, una persona o un grupo por razones de salud o de seguridad.

CONTAGIO: se produce cuando un individuo sano entra en contacto directo o indirecto con otro que padece una determinada enfermedad infecciosa.

CRISIS: Cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados; Reducción en la tasa de crecimiento de la producción de una economía, o fase más baja de la actividad de un ciclo económico.

CUARENTENA: Se define como cuarentena a la separación y restricción de movimientos de personas que estuvieron expuestas a una enfermedad infecciosa, pero que no tienen síntomas, para observar si desarrollan la enfermedad. Esto se

diferencia del aislamiento, que es la separación de personas que padecen una enfermedad contagiosa, de aquellas que están sanas.

DESEMPLEO: Se trata de un desajuste en el mercado laboral, donde la oferta de trabajo (por parte de los trabajadores) es superior a la demanda de trabajo (por parte de las empresas).

ECONOMÍA: La noción de cómo las sociedades utilizan los recursos escasos para producir bienes con valor y cómo llevan a cabo la distribución de bienes entre los individuos.

EMPLEO: Generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario.

EMPRENDIMIENTO: actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.

IMPACTO: Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe

PANDEMIA: Se llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad.

PROTOCOLO: protocolo es el conjunto de reglas que, ya sea por norma o por costumbre, se establecen para actos oficiales o solemnes, ceremonias y otros eventos. Podemos hablar de protocolo en dos sentidos: tanto si es un evento social, como si es un procedimiento en el que deben seguirse una serie de normas.

REINVENTAR: volver a crear o diseñar una cosa nueva

SALUD: La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

TURISMO: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

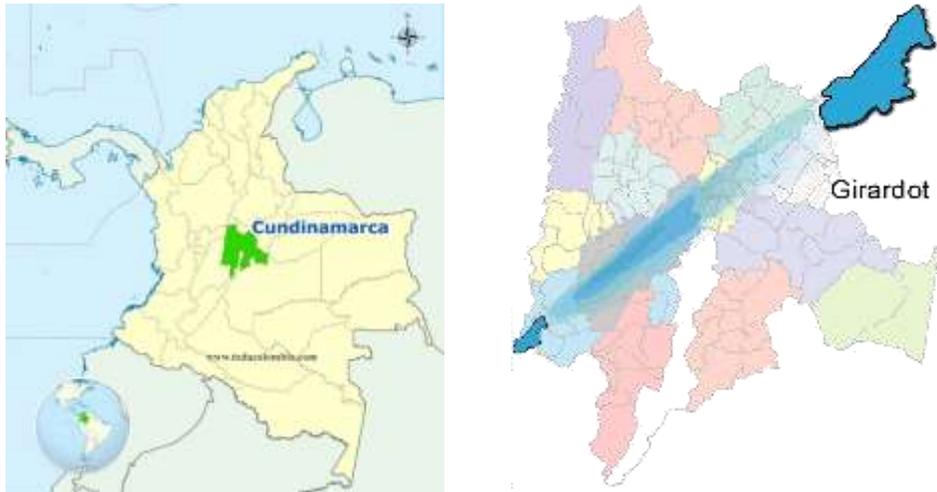
TURISTA: es la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc. Desde esta perspectiva, puede entenderse que el rol del turista es el del consumidor de servicios relativos al transporte y a la estadía en otras regiones. Este personaje es el destinatario de la actividad económica que mueve enormes cifras de dinero por año.

VIAJE: es el cambio de lugar o sitio de una, o un conjunto de personas, realizado en medios de transporte, o puede que propiamente a pie. Es importante acotar que dicho traslado o movimiento de un lugar a otro, puede alcanzar distintos periodos de tiempo, puede ser de pocos minutos hasta alcanzar varios días, meses o quizá años.

VIRUS: El virus es un parásito intracelular obligatorio, de pequeño tamaño, constituido por ácido nucleico y proteína, el cual es el causante de numerosas enfermedades

6.4 MARCO GEOGRÁFICO

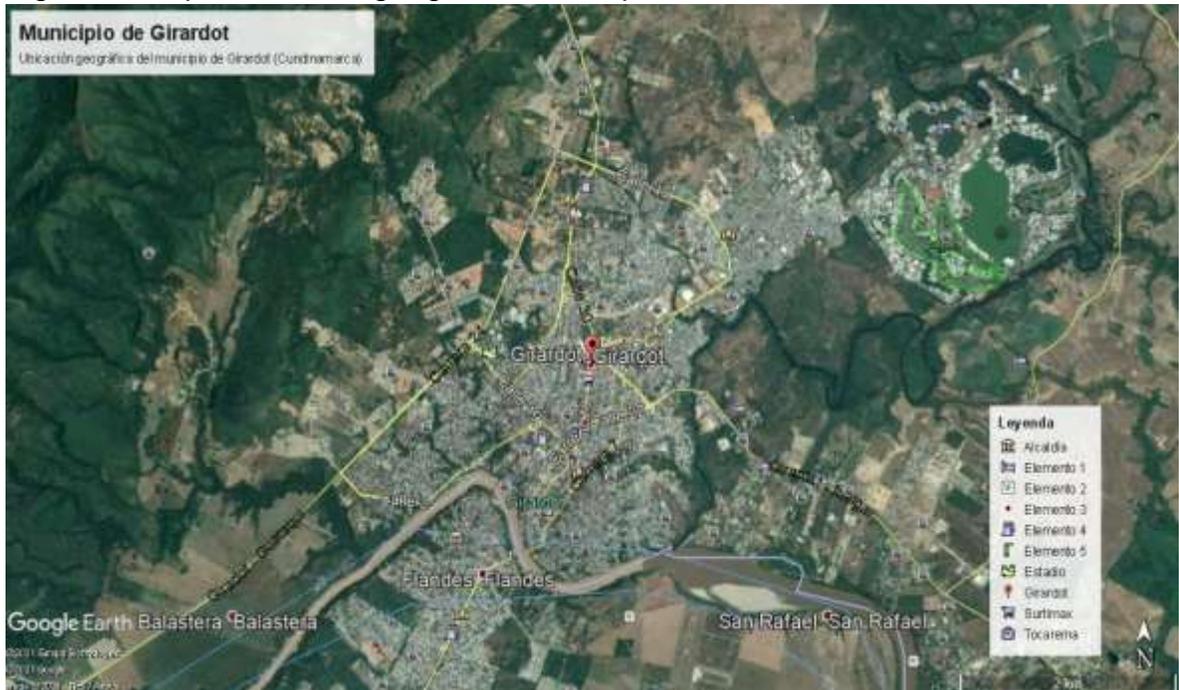
Figura 1. Mapa ubicación geográfica municipio de Girardot



Fuente: Asojuntas Girardot. (2012).

El área geográfica de investigación es Girardot es un municipio del departamento de Cundinamarca (Colombia) ubicado en la Provincia del Alto Magdalena. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. La temperatura media anual es de 27.8°C.

Figura 2. Mapa ubicación geográfica municipio de Girardot



Fuente: Elaboración propia

Girardot fue fundada en el año 1840, posee un área: 129 km², con una población de 108.720 habitantes (2021), Coordenadas geográficas 4°18'13"N 74°48'14"O, altitud de 275 metros sobre nivel del mar, gentilicio "Girardoteños, -as" y tiene un régimen de temperatura que oscila 27 °C a 38 °C

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación presentada en este proyecto se hace uso de la investigación descriptiva, la cual concede la posibilidad de lograr entender de qué manera se vio afectado el turismo durante el año 2020 frente a la pandemia del COVID-19, de igual manera se emplea el uso de la encuesta como método de evaluación para de esta manera lograr identificar qué tipo de problemáticas presentaron las empresas Girardoteñas tras la llegada de la epidemia del COVID-19, así mismo enlistar las consecuencias que trajo consigo, como se implementaron a las nuevas medidas sanitarias dictadas por el país y revelar de qué manera lograron acondicionarse ante la crisis.

7.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo del estudio la conforma el sector turístico del municipio de Girardot, Cundinamarca, este sector está conformado por aquellos agentes prestadores de servicios, como hoteles, agencias de viajes, restaurantes entre otros, con lo anterior se busca conocer cuáles fueron las principales problemáticas que trajo consigo esta nueva afección a los principales operadores del turismo durante el año 2020 para esto se harán encuestas, a diferentes empresas del municipio.

7.2.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La consecución de los datos se logró elaborando encuestas a empresas con la finalidad de reunir la información necesaria de cuáles fueron las problemáticas y dificultades por las que las empresas atravesaron, cómo incorporaron los nuevos

procesos y de qué manera se adaptaron, análisis de las medidas adaptadas o protocolos de bioseguridad implementados durante el cierre del sector y las que actualmente mantienen como requisito de seguridad para la reactivación del servicio.

Las encuestas fueron realizadas en las diferentes empresas turísticas del municipio de Girardot, el tamaño de la muestra para el desarrollo del estudio fue de 20 muestras, seleccionadas y realizadas completamente al azar.

7.2.3 REVISIÓN DOCUMENTAL

Ante las diferentes medidas implementadas en el territorio nacional el panorama para los operadores turísticos no fue alentador y se generó un ambiente de incertidumbre y sosiego, puesto que en un principio no se contemplaron alternativas o programas de ayudas para ayudar al sector ante una inminente quiebra, tal como se ha mencionado anteriormente el turismo era un sector emergente y prometedor. “es una de las actividades económicas más importantes del planeta, representa el 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios, generando 1 de cada 11 empleos y el 10% del PIB mundial”¹⁴ (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo 2018), y de acuerdo con el PIB nacional el turismo representaba un 3.87% de participación.

¹⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Marzo de 2018). *MINCOMERCIO*. Obtenido de MINCOMERCIO: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales/turismo/presentacion-1/presentacion>

Figura 3. Sector Turismo y su aporte al PIB nacional



Fuente: Cabello Beltrán, E. A. & Pulido Arbeláez, L. N. (2020).

En Colombia, el panorama para el sector turístico ha sido algo desalentador, pues ha afectado a diferentes operadores de la misma, en especial al gremio de hotelería; en un artículo publicado por COTELCO “las cifras recopiladas, en el periodo del 7 al 15 de marzo del año, la ocupación hotelera en Colombia fue de 49,8%, lo que implica una caída 6.6 puntos porcentuales, cifra que no se observa desde el 2002. De igual forma, los ingresos de los establecimientos hoteleros han disminuido en 11.4%, lo que se traduce en una pérdida económica de 140.000 millones de pesos por efecto de cancelaciones, tanto de reservas de alojamiento como de eventos.”¹⁵ También “En materia de eventos, más de 250 han sido cancelados, entre ellos, eventos de carácter internacional, sumando pérdidas cercanas a los 5.000 millones de pesos.”¹⁶ Que como es bien sabido los hoteles ofertan eventos que son parte significativa de sus ingresos.

¹⁵ COTELCO. (13 de MARZO de 2020). COTELCO. Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/covid19>

¹⁶ COTELCO. (16 de MAR de 2020). Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>

Dos de las ciudades que presentan mayor decrecimiento son Bogotá y Cartagena mostrando pérdidas que ascienden a “5.200 millones de pesos, producto de una disminución de 13 puntos porcentuales en la ocupación hotelera; mientras que en materia de eventos desarrollados en hoteles, tanto empresariales como sociales, cerca de 100 de gran impacto han sido cancelados, con pérdidas estimadas en 1.400 millones de pesos” y en Cartagena “ha caído en 14 puntos porcentuales y las pérdidas se estiman en 4.000 millones de pesos como resultado de la menor ocupación y cerca de otros 1.000 millones por cancelaciones de eventos”

Mientras que las agencias de viajes, que a lo largo del tiempo han sido receptoras de turistas han presentado cifras preocupantes frente a esta crisis, tan así que ha sido todo un desafío para ellas, pues las ventas han disminuido notablemente e inclusive se han presentado muchas cancelaciones en el peor de los casos. Los porcentajes presentados por ANATO muestran las cifras frente a la crisis que se presentó en el año 2020 mostrando porcentajes donde se podía divisar la recaída en las agencias de viaje a nivel Colombia, exponiendo notablemente una pérdida en ingresos.

Figura 4. Disminución ventas brutas por el efecto del COVID-19



Fuente: encuestas trimestrales 2020 ANATO. Encuesta COVID-19 (3).

Se puede evidenciar que las cancelaciones (57%) y los aplazamientos de los viajes (43%) fueron inminentes frente a la crisis sanitaria. Dichas empresas tuvieron pérdidas de hasta 17.000 millones, padeciendo mayormente la mediana empresa, siendo esta la cantidad de ingresos dejados de recibir a lo largo del año, seguido por la pequeña empresa con casi 15.000 millones, gran empresa 10.000 millones y, por último, microempresa con casi 8.000 millones mostrando una gran incertidumbre y decrecimiento por parte de las agencias de viaje

Figura 5. Disminución ventas brutas por el efecto del COVID-19



Fuente: encuestas trimestrales 2020 ANATO. Encuesta COVID-19

Al periodo del 16 al 26 de junio de 2020 ANATO muestra un segundo informe de encuestas donde se promediaban los ingresos que dejarían de recibir desde las microempresas hasta las grandes empresas.

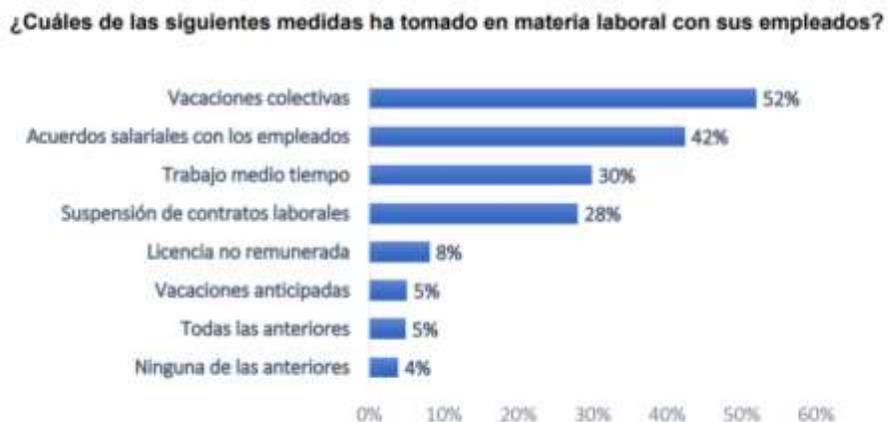
Figura 6. Ingresos dejados de percibir



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO.

Las empresas han tenido que tomar medidas drásticas pese a las pérdidas frente a esta inminente crisis que presento en el año 2020, dichas medidas comprenden desde modificaciones en los horarios laborales, licencias no remuneradas, suspensión de los contratos laborales, entre otras como se muestra en la siguiente gráfica.

Figura 7. Medidas tomadas por las empresas.



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO.

Figura

Y en la siguiente grafica se muestra un actualizado al mes de junio 2020 que comprende las agencias de viaje

Figura 8. Afectación laboral



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

Las medidas de contención hicieron tomar rumbos desconocidos a cada empresa desde agotar su flujo de caja hasta el solicitar créditos en bancoldex, el gobierno también presentó una serie de alivios para ayudar a las empresas a poder sostenerse frente a la crisis, medidas que podrían ayudar a las empresas a mantenerse a flote frente a este desastre económico como se muestra en la siguiente gráfica.

Figura 9. Alivios en la caja



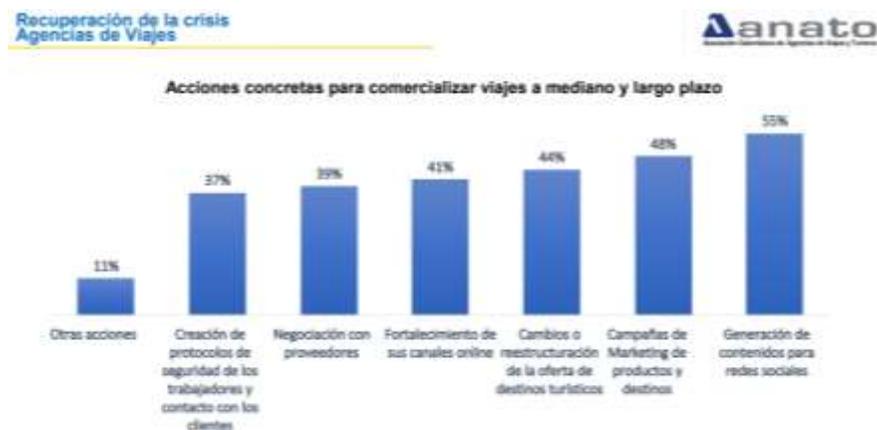
Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

Lo cual evidentemente no ha sido suficiente para poder seguir en pie ante la crisis, lo que hace esperar con ansias el retorno paulatino de las actividades, la siguiente grafica muestra los meses potenciales de retorno de actividades de las agencias de viaje presentando la mayor expectativa en el año 2021 con 32% septiembre con 15%, junio 14%, julio con 13%, agosto 10%, noviembre 8%, octubre 7% y diciembre con 1% indicando así que las agencias de viaje tienen sus esperanzas puestas en que el año 2021 aumentara el turismo, y que paulatinamente las agencias de viaje podrán recuperarse ante esta catástrofe económica a la que se están viendo enfrentados.

Algunas de las acciones concretas propuestas que se podrían ver envueltas en el regreso de la economía están: Creación de protocolos de seguridad de los trabajadores y contacto con los clientes (37%), Negociación con proveedores (39%), Fortalecimiento de sus canales online (41%) lo que en opinión personal resulta ser una opción muy factible pues el mundo avanza a pasos agigantados lo que implica el uso de las nuevas tecnologías que faciliten la compra e información

de los productos turísticos, Cambios o reestructuración de la oferta de destinos turísticos (44%), Campañas de marketing de productos y destinos (48%), Generación de contenidos para redes sociales (55%), pues como ya se mencionaba antes la tecnología juega un papel casi indispensable en la actualidad, donde esta facilita el poder llegar con facilidad a dichas ofertas.

Figura 10. Acciones para comercializar



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

En la siguiente encuesta trimestral arrojada por la ANATO se contempla la posibilidad de una reactivación de las mismas, mostrando la posible reapertura de las agencias.

Figura 11. Acciones para comercializar



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

Teniendo en cuenta la gráfica anterior de permisos que otorgan las diferentes alcaldías, las empresas estarían proyectando reactivación y funcionamiento de las mismas dentro de los siguientes meses mostrando mayor posibilidad el mes de septiembre con un 24% y el menos considerado el mes de noviembre con 0%.

Figura 12. Acciones para comercializar



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

Se puede evidenciar que empezaría de ser posible a operar en un tiempo que les permitiese emplear todos los protocolos dictados por el país para el cuidado de la salud de los viajeros. se puede evidenciar la acogida de los protocolos de bioseguridad por parte de las empresas de viaje, ya que esto significa una posible apertura y el despliegue de todas las capacidades y servicios, esto a su vez indica un compromiso por parte de los gremios del sector.

Por otra parte, el internet seguirá jugando un papel sumamente importante en materia de turismo pues este al ser una canal virtual, permite conocer la información y así evitar que los turistas vayan directamente a las oficinas con el fin de mitigar contagios. De igual modo, el turismo debe reinventarse, es decir, las agencias deberían implementar nuevas ofertas, en la siguiente grafica se muestra los intereses de las agencias por nuevos servicios.

Figura 13. Acciones para comercializar



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

Pese a la situación que se vive en el país frente a la emergencia sanitaria, a las pérdidas e incertidumbre que se enfrentan estas, las empresas de viajes se muestran optimistas y creen en la reactivación económica como herramienta para poder retomar sus actividades.

Figura 13. Acciones para comercializar



Fuente: Segundo informe anual 2020 ANATO

7.2.2 ENCUESTA

La encuesta se realizó de manera aleatoria entre una muestra de la población total de establecimientos prestadores de diferentes servicios turísticos, tuvo por objetivo caracterizar de manera adecuada la situación en la que se encuentra el sector dedicado a las actividades de recreación y turismo, con el fin de proporcionar los insumos necesarios para diseñar y proponer recomendaciones encaminadas a la recuperación del sector.

ENCUESTA IMPACTO COVID 19 EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2020

...

* Obligatorio

1. TAMAÑO DE SU EMPRESA *

- Micro empresa
- Pequeña empresa
- Mediana empresa
- Gran empresa

2. ¿CON CUÁNTOS EMPLEADOS/COLABORADORES CONTABA SU EMPRESA ANTES DE LA LLEGADA DEL COVID 19 Y EL CESE TOTAL DE ACTIVIDADES? *

- Menos de 10
- De 10 a 20
- De 20 a 40
- Más de 40

3. TRAS EL CESE DE ACTIVIDADES, ¿TUVO QUE RECURRIR A ALGUNA DE ESTAS? *

- Licencias de trabajo remuneradas
- Terminación de contratos
- Licencias de trabajo no remuneradas
- Vacaciones anticipadas
- Ninguna de las anteriores

4. TRAS EL COMUNICADO DEL PAÍS POR CRISIS SANITARIA EN EL AÑO 2020 LA EMPRESA TUVO PÉRDIDAS ECONÓMICAS DE: *

- Menosde 1'000.000
- De 1'000.000 a 5'000.000
- De 5'000.000 a 15'000.000
- Más de 15'000.000

5. COMO FUE PROCESO DE ADAPTACIÓN A LOS PROTOCOLOS DE SEGURIDAD DICTADOS POR EL PAÍS: *

- De fácil aplicación
- Costosos
- Problemas de espacio físico
- No se han implementado

6. ¿QUÉ TAL HA SIDO LA ACEPTACIÓN DE LOS PROTOCOLOS DE SEGURIDAD POR PARTE TANTO DE LA EMPRESA, EMPLEADOS Y LOS CLIENTES? *

- Noha tenido inconvenientes
- Se han presentado algunos inconvenientes
- Difíciles de entender/implementar

7. ¿FUE PARA SU EMPRESA DIFÍCIL MANTENERSE DURANTE DICHA CRISIS? *

- Si
- No

8. ¿CON QUE RECURSOS LOGRO SOSTENERSE LA EMPRESA? *

- Ahorros/fondosde la empresa
- Prestamos empresariales
- otros

9. SOLICITO LA RE ACTIVACIÓN DE ACTIVIDADES DE SU EMPRESA *

- Si
- No

10. AL FINAL DEL AÑO 2020, LOGRO REACTIVAR ACTIVIDADES *

- Si
- No

8. RESULTADOS

Conforme a lo anterior y una vez, el sector turístico en Colombia ha sufrido por cuenta de la crisis sanitaria causada por el virus SARS COVID-19, esto obligo a aquellos dueños de las empresas del sector a solicitar medidas de reactivación económica que permitieran generar nuevamente confianza en el viajero y sobre todo retomar con sus diferentes actividades laborales y mitigar con esto las pérdidas registradas durante las épocas de alta demanda turística que generó a su vez una crisis en muchos casos insostenible para mencionados empresarios.

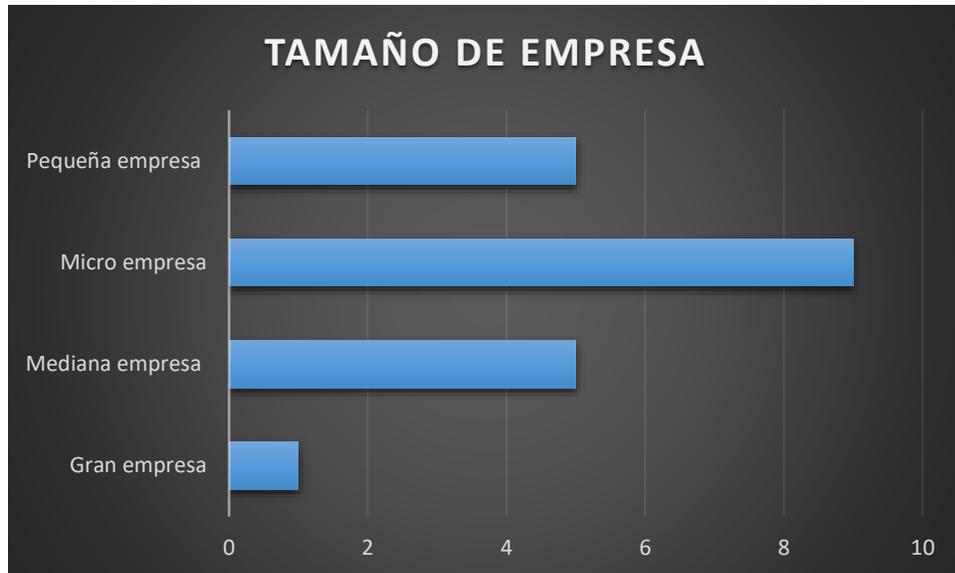
Es importante resaltar que según ACODRES, durante el mes de marzo de 2020, las ventas en el sector cayeron en 81%. Si bien, algunos establecimientos están prestando servicios de domicilio, estos sólo representan el 24% del total; y las ventas generadas mediante el servicio de domicilios, sólo representan el 12% de las ventas antes de la crisis.¹⁷

Los bares, igualmente se vieron altamente afectados, generando pérdidas mensuales de \$3,9 billones. Teniendo en cuenta que gran parte de los restaurantes opera bajo modalidad de arriendo, el sector se encuentra en riesgo con una alta probabilidad de cierre permanente, según ACODRES 23, 3% tenía previsto entregar sus locales a finalizar el mes de mayo¹⁸

¹⁷ *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (8 de septiembre de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-09/8%20Respuestas%20cuest.%201%20MinComercio.pdf>

¹⁸ *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (8 de septiembre de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-09/8%20Respuestas%20cuest.%201%20MinComercio.pdf>

Figura 14. Tamaño de Empresa

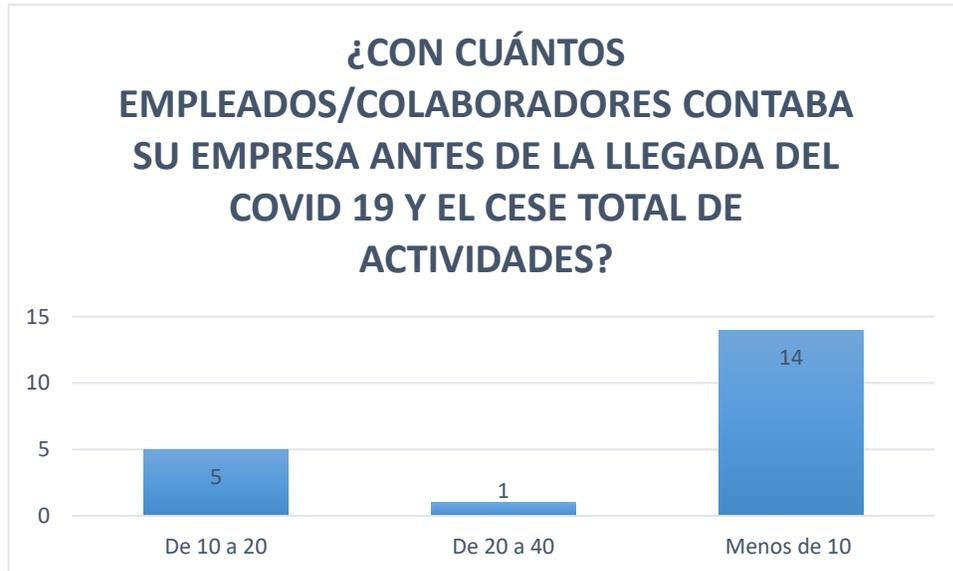


Fuente: Elaboración propia

Con el objetivo de identificar cuáles se han visto afectados en mayor o menor medida con motivo de la pandemia que atraviesa el país y las acciones que realizaron las autoridades para preservar la vida y salud de los colombianos, es necesario conocer cuáles son los tipos de empresa según su tamaño, ya que con esto se puede analizar la importancia económica dentro del municipio. Como se observa en la gráfica las pequeñas y medianas empresas corresponden a más del 70% de la muestra, esto indica que el municipio tiene una amplia gama de servicios relacionados con el turismo y muchas de estas pequeñas empresas realizaban prestación de servicios específicos, es decir se han dedicado a diversificar el producto turístico y reducir el tipo de servicio que prestan.

Aunque esto no es indicador del nivel de afectación que han tenido las empresas, permite vislumbrar en qué condiciones se encontraba el sector y qué tan fortalecidos estaban ante la eventualidad del virus.

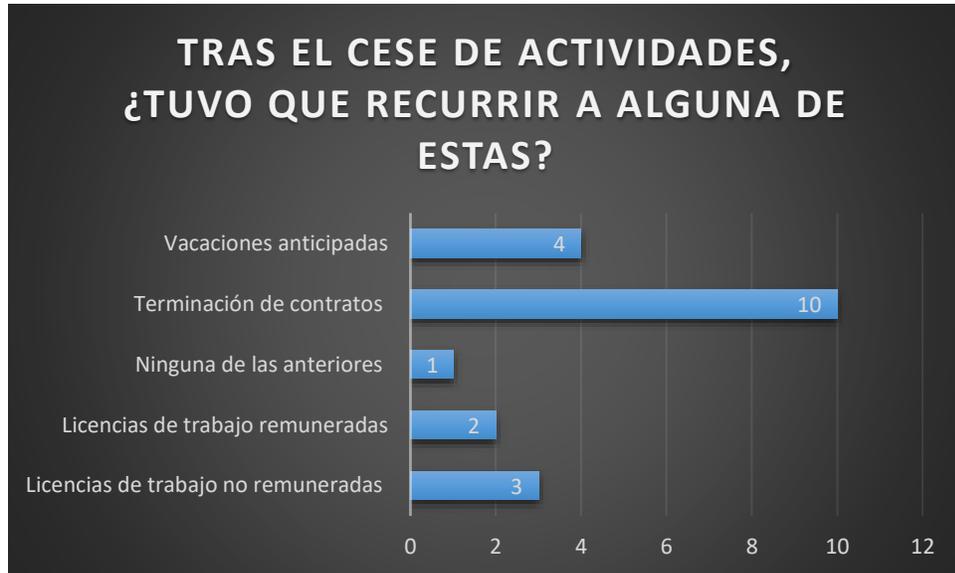
Figura 15. Número de empleados



Fuente: Elaboración propia

Este ítem brinda una información de carácter diagnóstico sobre el estado de las empresas antes de la llegada de la pandemia, tal como se ve en el anterior gráfico y asociado de manera directa con la primera pregunta realizada en la encuesta, al ser en su mayoría empresas pequeñas su nómina de empleados será reducida tal como se evidencia.

Figura 16. Medidas tras el cese de actividades



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Reporte de pérdidas económicas.



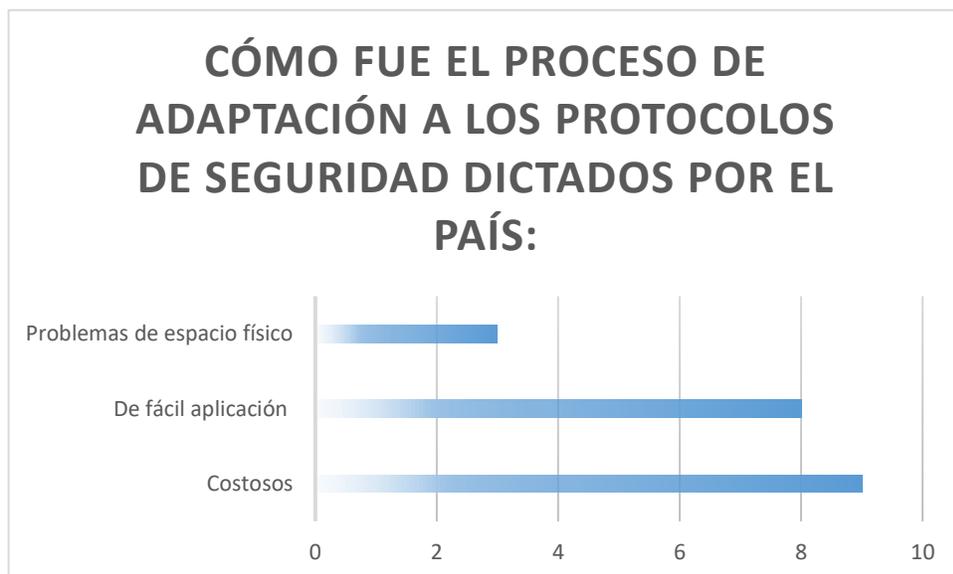
Fuente: Elaboración propia.

En los dos anteriores gráficos ya se pueden identificar medidas y la magnitud de la toma de decisiones producto del confinamiento y del establecimiento de normas que

promovían el distanciamiento social prohibiendo cualquier tipo de aglomeraciones, teniendo en cuenta que servicios como transporte aéreo o terrestre implican el encierro de cierta cantidad de personas en vehículos donde fácilmente el virus tendría una circulación conllevando un riesgo inminente, esto junto a medidas como cierres de fronteras, toques de queda, entre otras redujeron de manera ostensible el número de visitantes al municipio.

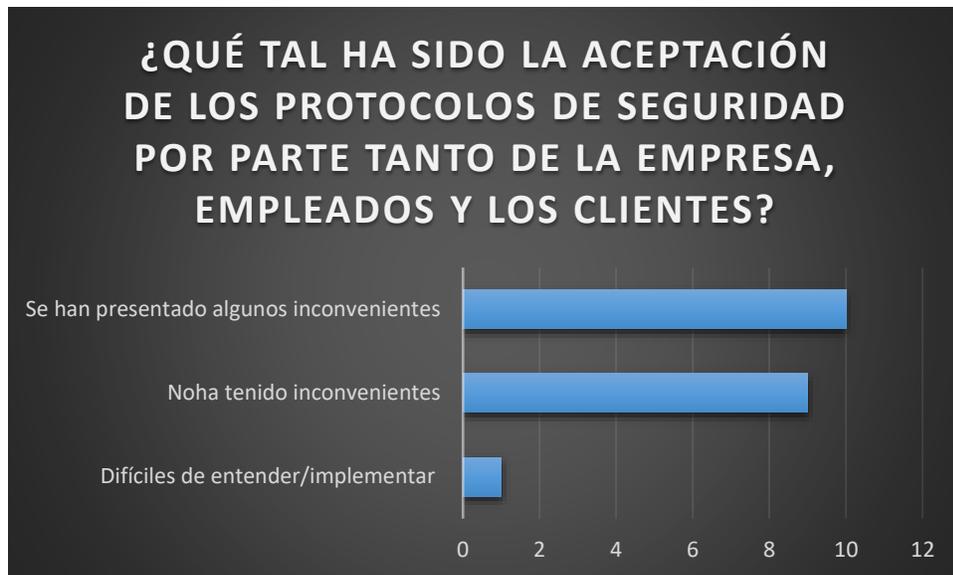
Las pérdidas económicas para empresas pequeñas por rubros de cerca de \$5'000.000 se puede catalogar como una sentencia de muerte comercial para el establecimiento, motivo por el cual al percibir menor renta de los servicios turísticos ofertados, acciones como los recortes de personal licencias no remuneradas, permitieron aliviar la situación de dichos empresarios, sin embargo, tales medidas eran de carácter paliativo y no abordaban el problema de fondo de la crisis por la que atravesaba el sector.

Figura 18. Adaptación a los protocolos de seguridad



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Aceptación de los protocolos



Fuente: Elaboración propia.

Los anteriores indicadores tienen por objeto medir la intención, capacidad e interés por parte de los empresarios del sector del turismo en el municipio de Girardot, tal como se evidencia mantienen una buena disposición con relación a los cambios en las prestaciones de sus servicios con tal de evitar contagios por el desarrollo de sus respectivas actividades. Es así como el gobierno nacional contempló dentro de sus planes piloto al sector gastronómico, que como es bien sabido también hace parte del turismo en muchas regiones del país, como lo es para el municipio.

Figura 20. Solicitud de reactivación



Fuente: Elaboración propia.

Fue así como en el contexto y avance de la pandemia en el municipio, el gobierno Nacional, el 25 de agosto del año 2020 expidió el decreto 1168, mediante el cual después de 5 meses de cierre, los restaurantes podrían retomar sus actividades, bajo protocolos de 32 bioseguridad y dependiendo del nivel de afectación de la ciudad (bajo- medio- alto)

“solo se podrá ordenar el aislamiento selectivo en municipios de alta afectación. En estos municipios los alcaldes, con la autorización del Ministerio del Interior y previo concepto del Ministerio de Salud, podrán restringir las actividades en áreas y zonas que consideren pertinentes para la realización de un aislamiento selectivo focalizado, de acuerdo con la variación en el comportamiento de la Pandemia” ¹⁹

¹⁹ *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (8 de septiembre de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-09/8%20Respuestas%20cuest.%201%20MinComercio.pdf>

Es decir, en este punto de la pandemia los alcaldes tenían autonomía de decidir sobre la operación de los restaurantes, dependiendo de la cantidad de contagios que hubiera en el momento.

Por otro lado, en el mes de mayo, el Ministerio de Salud autorizó la utilización de “Planes Piloto”, para localidades con baja afectación, el propósito del proyecto radicó en la reapertura de un numero seleccionado de restaurantes que cumpliera con todos los requisitos de bioseguridad, bajo el control y seguimiento primordial de la secretaria de salud de la localidad que controlara el grado de contagio y de esta forma poder avanzar con la reapertura de más restaurantes.

Girardot por su parte pudo realizar la reapertura del sector gastronómico debido a que durante buena parte del año 2020 se mantuvo catalogado por el ministerio de Salud como un municipio de bajo riesgo, lo que permitía la apertura de ciertos negocios, fue así como durante el mes de julio, debido a la baja afectación registrada por el virus, en ese entonces 27 restaurantes fueron autorizados por el burgomaestre para reiniciar labores.

Figura 21. Dificultad para mantenerse



Fuente: Elaboración propia.

Figura 22. Dificultad para mantenerse



Fuente: Elaboración propia.

Por último, es indudable la afectación que tuvieron todas las empresas, no sólo las del sector del turismo, sin embargo, este último con un agravante y es que muchos de los servicios ofertados y en algunos casos la totalidad de estos estaban dentro de las restricciones, fue obligación y una necesidad por parte de estas empresas de reinventarse, adaptar sus modelos de negocio e implementar las herramientas tecnológicas.

9. CONCLUSIONES

A partir de los resultados del estudio se pudo determinar que la prestación de servicios turísticos por parte de las empresas del sector en el municipio de Girardot fue altamente impactada por cuenta de la crisis sanitaria que llegó al país el año 2020, el impacto económico y laboral es evidente y generará un retraso en todos los escenarios de dicho sector comercial, una clara falta de inversión en el sector producirá un detrimento en la calidad de los servicios que se prestaban.

Dichas problemáticas son difíciles de sobrellevar y de prolongarse en el tiempo los planes de vacunación previstos a nivel nacional, el sector continuará perdiendo su capacidad comercial

En primera instancia, la situación previa a la llegada de la pandemia al municipio de Girardot permitió evidenciar que el sector de restaurantes en el municipio era realmente favorable, la dinamización de servicios, oferta de valor, innovación, alta competencia entre restaurantes y realización de eventos, marcó esta temporada, resaltando además que Girardot le apostaba a un turismo de calidad y competitivo, en trabajo mancomunado con los gremios. Por otro lado, las entrevistas a la muestra seleccionada permitieron encontrar que durante el cierre del sector (marzo- mayo de 2020) los restaurantes del municipio atravesaron la mayor crisis vivida en su operación, según los encuestados las pérdidas económicas, materiales y humanas son difícilmente recuperables, estos generaron sus ingresos por medio de domicilios, algunos a partir de plataformas oficiales y otros con el contacto directo de clientes fidelizados. Fue en este momento donde estrategias de innovación y resiliencia empezaron a surgir. También, el marketing digital y la adaptabilidad fueron esenciales para los establecimientos.

No cabe duda que el turismo ha sido de los sectores mayormente afectado, durante los primeros meses tras la declaración de emergencia sanitaria, sus actividades se vieron en inactividad total, dejando consigo millonarias pérdidas e incrementando el desempleo por las medidas que algunas de las empresas se vieron obligadas a tomar, durante el año 2020 en el turismo no hubo reactivación efectiva, pero lo que si se logró divisar paulatinamente fue la activación del turismo interno, pues las personas optaban por viajar por carretera a medida de que las restricciones fueron cada vez menos estrictas e inclusive se atrevían a visitar los sitios turísticos de sus respectivas ciudades. Esto podría incrementar la demanda en el turismo interno y a su misma vez las empresas se atreverían a ofertar paquetes turísticos con precios cómodos que cubriesen las necesidades de los potenciales turistas, para potenciar el PIB nacional.

Como se puede observar en las gráficas presentadas anteriormente dentro de las dificultades que se presentaron gracias al COVID 19 en Colombia en las agencias de viaje están la disminución en las ventas, el dejar de decepcionar dinero y perdidas monetarias por miles de millones, tomar medidas dentro de la empresa tales como adelantos de vacaciones, trabajo de medio tiempo, acuerdos salariales, licencias no remuneradas, modificación en los horarios de trabajos, recortar salarios y horarios de trabajo e inclusive suspensión y hasta la terminación de los contratos de los empleados. Las empresas tuvieron que recurrir a los acuerdos de pagos y a los alivios presentados por el país para las empresas de turismo, líneas d crédito de Bancoldex, aplazamiento a parafiscales, entre muchos otros alivios que fueron presentados para el sector.

En cuanto a la implementación de los protocolos, se muestra que las empresas no presentaron inconvenientes en la implementación de los protocolos, no obstante, si se presentaron ciertas dificultades e incertidumbres por parte de las empresas como el que sus empleados estuviesen expuestos en los transportes públicos e inclusive

que dentro de sus núcleos familiares hubiese personas vulnerables que pudiesen contagiarse.

10. RECOMENDACIONES

Una estrategia, actualmente por parte de los operados de servicios turísticos puede ser cambiar o adaptar el modelo de negocio a los requerimientos y circunstancias actuales, es decir necesitan modificar las ofertas de sus paquetes de servicios con el fin de poder llevar a cabo su actividad económica y al tiempo obedecer los protocolos de bioseguridad.

Tal como lo afirman Félix y García en su “Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta Ecuador”, afirmando que municipio pequeños como Manta en Ecuador necesitan de la reinención del sector turístico, especialmente del sector de restauración para su reactivación, de no ser así las pérdidas económicas, las nuevas exigencias del mercado y sobre todo las nuevas exigencias del Gobierno en materia de bioseguridad los encaminaran a la quiebra, razón por la cual deberán evolucionar y recalificarse por necesidad de supervivencia, especialmente en el uso de las tecnologías y los sistemas de comercialización digital. Igual es el caso del subsector de restauración, que deberá utilizar estrategias inteligentes para no perder su cuota de participación en el sector turístico y poder convertirse, como ocurre en muchos destinos, en uno de los más competitivos del mismo.²⁰

Por otra parte, una de las recomendaciones para el sector va encaminada a la innovación y a la implementación de las herramientas tecnológicas disponibles. Un ejemplo de lo anterior fue la reinención de modelos de negocio como fue el caso específico de los restaurantes que emplearon de manera innovadora el uso de las redes sociales, ya que estas les permitió tener un alcance mayor de sus productos y servicios. Integrando los menús disponibles con sus respectivos precios a plataformas como WhatsApp o Facebook, la comunicación rápida y la mejora en los

²⁰ Felix, A. g., & Garcia, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. Revista internacional de turismo, empresa y territorio, 79-103.

tiempos de servicio permitió a dicho sector perteneciente a toda la oferta turística disponible en el municipio mantenerse y sortear de algún modo las vicisitudes producto de la pandemia.

Por último, una alianza entre los sectores público-privados del municipio con el objetivo de promover el turismo ha mostrado ser una idea efectiva para contrarrestar los efectos del COVID-19 en la región. Un ejemplo de lo anterior es lo evidenciado en eventos de esta índole como el Viuda-Fest en el que la alcaldía, el SENA y empresas privadas (restaurantes), se aliaron en un gran despliegue mediático para incentivar el consumo del plato tradicional de la ciudad y conocer la ruta gastronómica, evento con el que se buscó reactivar la economía local a través del turismo y la gastronomía; un evento que arrojó resultados positivos para la economía de estos negocios y que introdujo un concepto más amplio del papel del turista, ya que aquellos que participaron en el evento calificaron el mejor de los platillos disponibles en los restaurantes vinculados al festival.

Es un modelo innovador este último porque le da la oportunidad al consumidor del paquete turístico de retroalimentar con su experiencia la calidad del servicio adquirido y con ello convertirlo en pieza dinámica del ejercicio comercial realizado por el sector.

Referencias

- Alcaldía de girardot* . (31 de Diciembre de 2020). Obtenido de Página de facebook:
<https://www.facebook.com/AlcaldiadeGirardotOficial/posts/241004314094799>
- Asojuntas Girardot. (2012). *ASOCIACIÓN MUNICIPAL DE JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL*. Obtenido de ASOCIACIÓN MUNICIPAL DE JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL:
<http://asojuntasgirardot.com/jac/ub/ubi.html>
- Camacho, A., & Vanegas, O. (2020). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- COTELCO. (16 de MAR de 2020). Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>
- COTELCO. (13 de MARZO de 2020). *COTELCO*. Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/covid19>
- Di-bella, M. G. (1997). *Introducción al turismo*. Ciudad de México: Trillas S.A.
- Felix, A. g., & Garcia, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 79-103.
- MINCIT*. (14 de Febrero de 2020). Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/comercio-y-turismo-motores-crecimiento-economico>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Marzo de 2018). *MINCOMERCIO*. Obtenido de MINCOMERCIO: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales/turismo/presentacion-1/presentacion>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (24 de Febrero de 2020). Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>
- UNIANDES*. (31 de SEPTIEMBRE de 2020). Obtenido de UNIVERSIDAD DE LOS ANDES : <https://uniandes.edu.co/es/noticias/turismo-en-turbulencia-continua-por-el-aislamiento>
- Universidad externado de Colombia*. (2020). Obtenido de <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/#:~:text=Esta%20p%C3%A9rdida%20representar%C3%ADa%20el%20,20mencionadas%20van%20hasta%20finales%20mayo.>