

Comportamiento del sector turístico colombiano durante la pandemia, una luz al final del camino: ¿Lamentación o llamado a la acción?

Eduardo José Salazar Araujo, Jessica Alejandra Silva Melchán,
Bladimir Rodríguez Bermejo, Javier Jesús Lobelo Del Río

**esalazar4@unisimon.edu.co; jsilva18@unisimon.edu.co;
brodriguez24@unisimon.edu.co; javier.lobelo@unisimon.edu.co**

¹ Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia, código postal 08001, ORCID: 0000-0002-3330-9042.

² Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia, código postal 08001.

³ Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia, código postal 08001.

⁴ Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia, código postal 08001, ORCID: 0000-0002-4716-3291.

Pages: 295–308

Resumen: Este trabajo se centra en la situación del sector turismo en Colombia y presenta un enfoque cualitativo de corte transversal y carácter propositivo. Su objetivo es que a través de las situaciones o problemáticas por las cuales atraviesa el turismo, las empresas puedan monitorear oportunidades para desarrollar estrategias y habilidades que permitan al turismo recuperar sus ingresos tan pronto se reactiven sus operaciones, dando respuesta a muchas preguntas que surgen debido a que las empresas no estaban preparadas para esta coyuntura. Por esta razón, es muy importante la implementación de medios digitales que faciliten la adaptación para poder seguir siendo competitivos en el mercado.

Palabras-clave: Turismo; Agencias de Viajes; Covid-19; Transformación Digital; Resiliencia; Competitividad.

Situation of the Colombian Tourism Sector during the pandemic, a light at the end of the road: Lamentation or call to action?

Abstract: This work focuses on the situation of the tourism sector in Colombia and presents a cross-sectional qualitative approach and a propositional nature. Its objective is that through the situations or problems that tourism goes through, companies can monitor opportunities to develop strategies and skills that allow tourism to recover its income as soon as its operations are reactivated,

answering many questions that arise due to that companies were not prepared for this situation. For this reason, it is very important to implement digital media that facilitate adaptation in order to remain competitive in the market.

Keywords: Tourism; Travel Agencies; Covid-19; Digital Transformation; Resilience; Competitiveness.

1. Introducción

La presente investigación sobre la situación actual del sector turismo en Colombia se desarrolla en medio de la afectación por el SARS-Cov-2. Este virus comenzó su propagación a finales del 2019 en Wuhan, China, ocasionando una enfermedad respiratoria aguda que se ha ido extendiendo rápidamente por el resto del mundo. Recientemente, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha declarado a esta enfermedad como una pandemia. Bajo esta coyuntura, los países incrementaron sus medidas de contención y aislamiento, debido a que las personas pueden infectarse fácilmente a través de las vías respiratorias o mucosas.

Como resultado de esta situación, el gobierno nacional adoptó medidas de contención para controlar la propagación y evitar el colapso del sistema general de salud ante una eventual escalada en el número de contagiados. De igual forma se restringió el ingreso de viajeros internacionales por las terminales aéreas, se cerraron las fronteras terrestres, marítimas, fluviales y se suspendieron actividades y sectores no esenciales. Estas medidas han impactado negativamente la economía del país, “el turismo ha sido la industria a la que más le ha costado subsistir debido a su temprana suspensión de operaciones y a su tardía reactivación” (ANATO, 2020), este sector viene arrastrando cuantiosas pérdidas desde el cierre de sus operaciones hacia finales del mes de marzo de 2020, lo que ha provocado la interrupción casi total de sus ingresos y la afectación de los niveles de empleo. En consecuencia, las empresas están reajustando su tamaño y muchos trabajadores del sector han sido despedidos, algunos tienen sus contratos suspendidos y otro tanto se encuentra en serio riesgo, sin contar los empleos indirectos que también se han visto disminuidos en medio de esta crisis sanitaria mundial.

El sector turismo presenta una sensibilidad muy alta a sucesos que puedan afectar la seguridad del turista, como atentados o terrorismo. En efecto ya había sucedido en los tiempos del 11-S donde la obsesión por la seguridad llevó a la compra de cámaras y dispositivos que guardaban todos los datos personales con el propósito de tener control de la situación. Otros dos atentados que podemos mencionar son los del 12 de octubre de 2016 en la isla de Bali que fue doble y donde murieron 202 personas en su mayoría turistas y el otro relacionado con la estación de trenes cercanos de Madrid el día 11 de marzo del 2004, donde fallecieron 191 personas. Todos estos actos provocan temor no solo en sus ciudadanos, sino también en los turistas que pueden perder el interés de viajar o circular por esas zonas o medios de transporte, cambiando el flujo turístico por un tiempo, aunque después vuelva a recuperarse e incluso continúe creciendo. Este es un sector altamente resistente y adaptable.

Esta investigación presenta un enfoque cualitativo de corte transversal y de carácter propositivo. En él se detallarán las medidas que el gobierno colombiano ha decretado para el sector turismo, sus efectos y la situación actual de sus empresas, posibles estrategias y soluciones que a través de procesos de innovación puedan introducirse en el sector para contribuir con su recuperación económica y desarrollo de la industria en el país y en la región porque como dice presidente ejecutiva de ANATO: “será el turismo el último sector en poder volver a trabajar y por ende, en recuperarse, y la crisis aumenta al no haber una fecha para la normalización en su operación”(Cortés, 2020). Con esta información podremos dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Se debe replantear el modelo de negocios de las empresas del sector turismo? ¿Qué tipo de estrategias podemos implementar? ¿Los medios digitales pueden ayudarnos a superar esta crisis? Estas inquietudes surgen debido a que muchas empresas no estaban preparadas para enfrentar esta coyuntura debido a que no venían trabajando con medios digitales, ni tenían un fondo de reservas para contingencias, lo cual es fundamental para garantizar su supervivencia. Las empresas deben reaccionar de manera flexible y adaptable a las circunstancias de mercado porque de lo contrario su rezago puede ser irremediable. Es importante que las empresas desarrollen estas habilidades para apalancar su crecimiento junto con la implementación de medidas sanitarias donde el teletrabajo es vital para continuar siendo productivos y evitar contagios masivos y la propagación del virus.

2. Referentes Teóricos

Es importante conocer y definir los referentes del tema de investigación para contextualizar y lograr la mayor comprensión posible. Entendemos que el turismo es la actividad propia del turista, a su vez este se desplaza temporalmente bajo cualquier motivación, hacia destinos diferentes a los lugares y sitios que normalmente frecuenta, como su residencia o su trabajo habitual, así como también se trata de las actividades realizadas durante su visita en el destino, dichas actividades conforman un sistema orientado al cumplimiento de necesidades de manera específica y personalizada, lo que conlleva a la estructuración del sector turístico. La OMT lo define de la siguiente manera: *“El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas.”* Esto conlleva a que las industrias del turismo brinden experiencias diversificadas, específicas, sociales y humanas, otorgando al turista la posibilidad de disfrutar, recrearse y descansar durante su estancia, lo cual incrementa la demanda de personas que circulan y evalúan el ciclo de estas actividades económicas. “En Colombia actualmente, el sector turismo se encuentra agrupado en cinco categorías que incluyen: alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viajes y esparcimiento. Su importancia se ve reflejada en más de veinte actividades que involucra el turismo en el país” (Chavarro & Sellamén, 2017)

Por otro lado, se debe tener en cuenta que el turismo integra una serie de variantes que proporcionan identidad al territorio nacional, las cuales se involucran en el desarrollo económico, convirtiendo al turismo en un instrumento de crecimiento, sobre esto (Guerrero & Mendoza, 2014) nos dicen:

“El turismo es una actividad protagonista en la actualidad, debido a que es multidisciplinaria, pues engloba una serie de espacios que son importantes en el desarrollo de cualquier nación porque aporta y recibe una constante variedad de fuerzas sociales, culturales, políticas, económicas tecnológicas y ambientales.”

Teniendo esto en cuenta, podemos decir que el gobierno colombiano reconoce al sector como un gran contribuyente al desarrollo y crecimiento de la economía en diferentes aspectos que generan un enorme beneficio a la sociedad. Si bien, el sector es un gran contribuyente económico, también es promotor de la cultura en los lugares donde se ejerce el turismo. (Guerrero & Mendoza, op cit) continúan: “El turismo se configura hoy en día, como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de la cultura, ya que permite el intercambio de costumbres, que a su vez, se convierten en fuentes de motivación para el consumo de la actividad.” Dicho lo anterior, el turismo del país se beneficia de la mezcla de profundas raíces culturales que se manifiestan en el curso de la historia a través de sus paisajes, folclor, gastronomía y diversos aspectos que permiten transmitir sensaciones auténticas a sus visitantes. Además, nuestras regiones cuentan con atractivos paisajes naturales y gran riqueza en materia de biodiversidad que le brinda al turista la posibilidad de interactuar con espacios únicos y atractivos, representando una ventaja competitiva que ha llevado al país a posicionarse cada día más en el panorama turístico internacional.

Esto se refleja en el factor tangible de las relaciones, los viajes y demás actividades implicadas. Por ejemplo, la manera en que los visitantes se desplazan de un lugar a otro (transporte), las expectativas cumplidas durante el hospedaje (alojamiento), en conjunto con los movimientos productivos de cada región en la cual se ejerce el turismo (historia/cultura). Dichas ventajas generan crecimiento y desarrollo de nuevos espacios, bienes y servicios con mayores oportunidades de empleo y negocios.

Es importante mencionar que en el ámbito económico del sector, los bienes y servicios se ofrecen en el mismo lugar donde se producen, lo que significa que la demanda se desplaza al lugar donde estos se comercializan. Con base en lo anterior, las condiciones de estos lugares deben ser óptimas y agradables para transmitir buenas sensaciones que repercutan en una mejor percepción del turista. En el país se reconoce al sector del turismo como un área beneficiosa y de alta productividad, capaz de generar riqueza y empleos sostenibles, al cual poco a poco se le está dando la atención y la prioridad merecida.

3. Metodología

El presente estudio de carácter propositivo ofrece un enfoque cualitativo de corte transversal, sustentado en fuentes secundarias que pretenden proponer alternativas para la reactivación del sector turismo en Colombia frente a la crisis que atraviesa actualmente debido a los efectos provocados por la pandemia, originada por el virus

SARS-CoV-2. Este estudio se fundamenta en el análisis del impacto económico que ha experimentado la industria del turismo en Colombia durante el primer semestre del año 2020, debido principalmente a las restricciones a la movilidad de personas impuestas por el gobierno nacional para contener el contagio del virus. Igualmente se analizaron las políticas de gobierno orientadas al sector objeto de estudio, así como las propuestas generadas por agremiaciones y demás empresarios del sector para superar la crisis, partiendo de este punto esta investigación se pregunta ¿Qué estrategias pueden implementarse en Colombia para lograr la recuperación del sector turístico?

La investigación se desarrolló en cuatro etapas, siendo la primera de ellas, el identificar las principales fuentes secundarias de datos, el segundo paso fue evaluar y filtrar el conjunto de datos secundarios a través de un proceso de minería de datos, con el objetivo de encontrar tendencias que expliquen el contexto del fenómeno estudiado. El siguiente paso fue procesar los datos a través de la herramienta NVivo versión 13, lo cual permitió la clasificación de los textos en unidades significativas, la codificación de la información y el establecimiento de las relaciones jerárquicas en las unidades codificadas, permitiendo de esta manera interpretar la realidad.

Con base en lo anterior se dio paso a la ejecución de la fase final de esta investigación, consistente en dar una respuesta válida, fiable y confiable a la pregunta problema que se plantea en esta investigación, a partir de los resultados obtenidos.

Dentro de la investigación realizada sobre el impacto del coronavirus en la industria turística en Colombia, se revisaron estadísticas oficiales, informes gremiales del sector, registros históricos y bases de datos, que respaldan la recopilación de la información requerida, implementando técnicas del método científico en la búsqueda bibliográfica aplicada a la investigación, entre las cuales se resaltan las técnicas de palabras clave y operadores lógicos junto con estrategias como la revisión y selección de literatura reciente y relevante.

Para la búsqueda de palabras clave en la investigación, la pregunta se ha dividido en varias partes abordando los conceptos clave del estudio. Luego, las palabras clave y sus sinónimos y acrónimos completos se utilizan para buscar en la literatura esencial [1]. Además de la técnica de palabras clave, el método del operador lógico también se utiliza para buscar la literatura necesaria para el estudio. Los datos secundarios esenciales se han recopilado de la literatura seleccionada para llevar a cabo un estudio de investigación auténtico sobre el tema [2].

El software de procesamiento de datos es una herramienta diseñada para los investigadores que necesitan niveles de profundidad de análisis con diferentes cantidades de datos, el NVivo puede utilizarse en grandes estudios multicéntricos con un volumen significativo de datos, pero también en estudios más pequeños, con un solo investigador entrenado para aplicarlo. [3]

4. Resultados y Discusión

A finales del año 2019 el sector turismo en Colombia se consolidaba como un destino de alta competitividad, rentable y capaz de ofrecer diversas atracciones para todo

tipo de público. Además se estaban registrando buenos indicadores que reflejaban la situación del sector en ese periodo, por ejemplo, COTELCO reportaba a Noviembre un promedio de ocupación hotelera de 56,4 por ciento, “Si logramos este cierre de 57 por ciento en diciembre, lograríamos la mayor ocupación de los últimos 15 años” (Toro, 2019). Sin duda alguna, una gran cifra representativa de la circulación de visitantes en el país, aproximadamente 4,6 millones no residentes, el sector cerraría el año con buenos márgenes y grandes reconocimientos, tales como “el destino líder en Suramérica” según los World Travel Awards (WTA, 2019) en su sexta edición. Gracias a este panorama las proyecciones para el año 2020 eran prometedoras y prosperas, “Este fue un buen año y estamos seguros que el 2020 será mejor. Trabajamos para consolidar a Colombia como un destino responsable, sostenible y de alta calidad, con experiencias enriquecedoras y únicas por ofrecer” (Santoro, 2019). Tanto el Gobierno como las entidades involucradas en el sector ya implementaban estrategias para cumplir los objetivos de superar los indicadores del año 2019 y llevar el turismo colombiano a un nivel superior. Sin embargo, a raíz de la presente emergencia sanitaria las proyecciones no están ni cerca de cumplirse, en realidad, el panorama se complica aún más. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), el turismo internacional en los primeros 6 meses del año 2020 ha tenido una contracción cercana al 22% y en el mes de Marzo, el turismo decreció un 57%. Se calcula que la cifra representa a 67 millones de personas aproximadamente, por consiguiente, el sector ha sufrido enormes pérdidas y su situación es bastante compleja ya que muy seguramente será el último sector que reactive sus actividades completamente debido a su alto riesgo. De acuerdo con las cifras de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes (ANATO, op cit), los destinos del país con mayor afectación por la disminución del número de turistas extranjeros son Cundinamarca, Nariño, Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, San Andrés y Providencia, lo cual impacta negativamente las finanzas del sector, así como también la de sus empresas y trabajadores, ya que se opera de forma estacional dependiendo del flujo de visitantes en épocas específicas del año.

La presente coyuntura generada por la aparición del Covid-19 ha ocasionado una gran caída de la industria. Aunque esto signifique un atraso en el desarrollo del turismo, las instituciones y el gobierno se encuentran en la tarea de elaborar estrategias que conlleven a la pronta reactivación de las actividades que involucran el sector turístico. La presidente ejecutiva de ANATO (Cortés, op cit) señaló:

“El pesimismo no es una opción. El turismo ha demostrado tener la fuerza para sobrevivir ante desafortunados escenarios de índole nacional e internacional. Ha sabido enfrentarse a difíciles circunstancias donde su resiliencia ha salido a flote para seguirse catalogándose como uno de los más importantes motores de desarrollo de los países”

La resiliencia juega un aspecto fundamental en el desarrollo de esta crisis, es necesario que las empresas evolucionen desarrollando destrezas y habilidades como la proactividad, responsabilidad, ética y moral, entre otras. Una vez superada la situación actual, las empresas adoptaran una visión diferente que influya en la fijación de nuevos objetivos, los cuales deben apuntar hacia la recuperación de la industria del turismo, por medio de reajustes en sus actividades diarias. Para lograrlo, ANATO ya prepara acciones que permiten la recuperación rápida pero responsable, sobre esto (Cortés, op cit) afirma:

“Es claro que el turismo no será el mismo tras esta crisis. Por eso la unión de todos los actores del sector será determinante para que retomemos o superemos los índices de crecimiento que llevábamos mostrando a lo largo de los últimos 10 años. No será fácil y es por eso por lo que debemos desarrollar una correcta, innovadora y oportuna planeación”

Entre las acciones y medidas establecidas por (ANATO, op cit) encontramos la sinergia del sector, la cual busca crear un plan de trabajo que integre a los sectores públicos y privados, para que conjuntamente proyecten tácticas dirigidas al mismo objetivo. La siguiente medida hace referencia a la Innovación, donde se plantea la situación futura del turismo y los cambios que se deben realizar al momento de hacer y ofrecer los productos a los turistas. La tercera medida es la promoción nacional, teniendo en cuenta que el turismo interno se recuperará primero, se busca realizar campañas que motiven a los ciudadanos a visitar y recorrer distintas partes del país. Posteriormente se habla de la confianza del viajero, un importante trabajo, pero difícil, será erradicar el miedo de los turistas para volver a viajar, se tomarán medidas como un plan de trabajo académico donde se capaciten a las agencias de viajes y demás involucrados, sobre los protocolos de seguridad y los mejores destinos para visitar. Finalmente, apuntan a la medida del turismo sostenible, en la cual señalan la importancia que tomará la salud pública para la tranquilidad de las personas, se deben restringir los viajes masivos, mientras se ayuda al sostenimiento de la capacidad de carga de los destinos, conservar y ayudar al desarrollo del turismo responsable.

Igualmente, se destaca la visión temprana de ANATO sobre las posibles afectaciones causadas por el virus en el sector, buscando relacionarse con el Gobierno Nacional, para encontrar medidas que puedan satisfacer las necesidades del turismo nacional. (Cortés, op cit) explica:

“No hemos parado de trabajar. Hemos mantenido un contacto constante con nuestras Asociadas y otros gremios para identificar sus necesidades y así llevar propuestas claras y eficaces que nos ayuden solventar esta situación. Hemos enviado comunicación al presidente de la República, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Hacienda, DIAN, Aeronáutica Civil, Superintendencia de Industria y Comercio, Superintendencia de Transporte, IATA, aerolíneas, Bancóldex, Fondo Nacional de Garantías, entre muchas otras.”

Pese a que el sector turístico ha sellado sus operaciones por los diferentes problemas causados por la emergencia sanitaria y su confinamiento, los organismos que operan bajo el turismo no detienen sus investigaciones, estrategias y planeación, que buscan solventar las necesidades del turista. Todo lo anterior conduce a la adquisición de nuevos aprendizajes para quienes hagan frente a la situación, haciendo uso de la innovación. Por ejemplo, tenemos las iniciativas de ANATO explicadas por (Cortés, op cit):

“ANATO, consciente de la afectación que una crisis de estas puede traer a sus empresas, entiende también esto como una oportunidad para ellas, para hacer las cosas de una manera diferente. Hacer un mayor uso de la tecnología, que la experiencia sea la protagonista desde el momento en el que los pasajeros planean sus viajes, hasta que regresen a sus casas, que sientan ese constante apoyo de su asesor.”

Además, la asociación pone su confianza sobre las agencias de viajes y la oportunidad que tienen para acercarse mucho más a los clientes, convirtiéndose en sus aliados y pioneros en la reactivación del sector. No solo ANATO considera a la innovación como un camino de adaptación ante la crisis actual. Algunos especialistas y representantes de instituciones como Turtech, la OMT y Global Sales, debatieron acerca de la innovación como un instrumento clave para dar con soluciones de la situación actual y medidas preventivas para el futuro, en este caso, la experta sénior en innovación de la OMT (Bayona, 2020) asegura que “La innovación tiene que ser rentable para mostrar resultados en el corto plazo. Hay que buscar a los stakeholders o tomadores de decisión para volverlos aliados de la estrategia de innovación.” También, debe existir una gran responsabilidad corporativa que otorgue flexibilidad a los procesos y una óptima comunicación entre clientes y organizaciones, específicamente, se hace referencia a la comprensión del cliente y la solución de sus problemas y necesidades generadas por el confinamiento. Sobre esto, el vicepresidente de Global Sales (Gómez, 2020) profundiza:

“El viajero futuro tendrá una mentalidad distinta. Espero que se acaben las dificultades a la hora de adquirir un producto turístico y que el proceso de compra sea lo más flexible, transparente y fácil posible. La letra chica va a tener que desaparecer, y se deben flexibilizar las políticas de cambios y cancelaciones, para que en tres o cuatro líneas uno entienda lo que está comprando”.

El turismo se encuentra en etapa de preparación para reactivar sus actividades y operaciones, orientando a los involucrados, entidades privadas y públicas a trabajar en conjunto, de tal forma que sea posible otorgar recursos y herramientas que permitan la elaboración de nuevos productos y servicios para los clientes. Teniendo esto en cuenta, ProColombia hizo énfasis en la dedicación a actividades que impacten al medio ambiente de manera positiva, así como también las comunidades que dependen de este. Sobre el tema la Presidenta de ProColombia (Santoro, 2020) explicó:

“Actividades en torno a la naturaleza como ecoturismo, bienestar, avistamiento de flora y fauna, entre otras, así como experiencias en turismo comunitario, pueden convertirse en nichos muy demandados por los viajeros quienes buscarán una oferta con un enfoque terapéutico para compensar los efectos en la salud física y mental”.

Mientras tanto, haciendo referencia a la posición del gobierno frente a la situación actual, el Gobierno del presidente Duque ha adoptado medidas que buscan solventar la situación. Por ejemplo, (Forbes, 2020) señala que la primera medida tomada por el presidente fue que la liquidación de las contribuciones parafiscales del sector turístico para el primer trimestre van a ser corridas para el segundo semestre del 2020. Posteriormente, se informó que la declaración de impuestos de IVA, de Renta y complementarios para el sector turístico se aplazará para finales del año. Así mismo, se van a modificar los aranceles para facilitar la importación de material médico y para el sector de aviación. Por último, se abrió una línea de crédito de Bancóldex por 250.000 millones de pesos para estos sectores con el fin de ayudarles a enfrentar el impacto que trae la propagación del coronavirus.

A su vez, nuevas medidas y ayudas fueron aprobadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por medio del decreto 557 del 15 de abril de 2020, donde se han

otorgado recursos para el apoyo y sostenimiento de los guías de turismo. El ministro (Restrepo, 2020) resaltó:

“La emergencia sanitaria ha ocasionado, entre otras cosas, que las actividades de turismo en el país se encuentren totalmente paralizadas, generando una crisis en el sector. Es por ello que, por medio de este Decreto, decidimos apoyar a los guías de turismo y sus familias, para que con esta ayuda cuenten con los recursos necesarios que les garanticen su mínimo vital.”

Esto quiere decir, que durante la emergencia sanitaria el ministerio otorgara el apoyo y recursos para garantizar el sostenimiento de estas personas que dependen de las actividades del sector turístico. El ministro también se encuentra involucrado en la promoción y fortalecimiento de alianzas entre las diversas instituciones de las regiones del país. Con base en su experiencia (Restrepo, op cit) manifestó que “El reto es apoyar a todas las empresas turísticas para que vuelvan a ser generadoras de grandes negocios y protagonistas para que los esfuerzos de promoción redunden en la llegada de nuevos visitantes internacionales.”

Sumado a esto, el Gobierno también ha brindado recursos para la Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO, quienes en medio de esta crisis han solicitado la ayuda de las autoridades para solventar la situación del sector hotelero. El gobierno ha respondido mediante la expedición del decreto 468 de 2020. El presidente ejecutivo de COTELCO (Toro, 2020) manifestó al respecto:

“Hoy recibimos una buena noticia en medio de esta crisis, el Gobierno Nacional ha expedido un decreto para que se otorguen líneas de crédito directo para la financiación y la mitigación de los efectos del nuevo Coronavirus. Esta medida representa un gran alivio para el sector hotelero, uno de los más afectados como consecuencia de esta coyuntura global. Seguiremos trabajando para que el impacto negativo se disminuya y podamos retomar muy pronto nuestras actividades”

Resumidamente, el decreto permite que Findeter, Financiera de Desarrollo Nacional y Bancóldex tengan la autoridad de dar créditos de manera directa y autónoma, facilitando el proceso, ya que anteriormente solo las entidades financieras como los bancos de primera línea tenían la autoridad de tramitar dichos créditos. No obstante, los créditos son permitidos, siempre que los recursos sean destinados para los proyectos que contrarresten la emergencia sanitaria.

Con base a todo lo mencionado anteriormente, podemos decir que los análisis y estudios desarrollados a partir de datos recopilados durante la crisis actual y sus aprendizajes, permitirán desarrollar acciones que involucren la sostenibilidad, tales como la economía circular o la economía naranja, el marketing digital y la planificación estratégica, por ejemplo: la creación de contenido digital, contacto directo con los clientes por comunidades digitales, campañas de marketing y publicidad.

Por otro lado, estamos ante la apertura de escenarios desconocidos que pueden mostrar nuevos aprendizajes, conocimientos y experiencias para el sector turístico. En la mayoría de los casos, las situaciones complejas otorgan la posibilidad de desarrollar y mejorar los recursos disponibles, los cuales no se habían identificado para el apoyo en la recuperación

del sector y sus empresas, ante las adversidades que ponen en riesgo sus proyecciones y crecimiento. Por lo tanto, el talento humano de estas compañías debe contar con una alta capacidad de resiliencia, un aspecto que puede determinar el éxito o fracaso durante este proceso. Esto quiere decir, que ha llegado una etapa de evolución y adaptación acelerada a los cambios y a la vez, será necesaria la solidaridad entre las empresas, no solo para ayudar a los clientes, si no también, para coordinar operaciones entre las mismas, todo esto con el fin de superar las adversidades relacionadas con el flujo de caja y la falta de efectivo para la cancelación oportuna de sus obligaciones, esto debe ser acompañado por innovación y creatividad, enfocado en el desarrollo de ideas que conduzcan a novedosos productos y servicios turísticos alineados con el compromiso ambiental y social, ya que el turismo significa un elemento importante y estratégico para el desarrollo del país.

5. Conclusiones y Recomendaciones

El turismo que conocíamos antes de la pandemia nunca volverá a ser el mismo. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC siglas en inglés) estimó hace poco en 197 millones el número de empleos que están en riesgo de desaparecer debido a las prolongadas restricciones para la actividad turística en muchos países. Por eso es importante que sus distintos actores y gremios trabajen unidos y en armonía en la búsqueda de nuevos objetivos, modelos y estrategias que permitan la recuperación de la industria. En Colombia el gobierno nacional a través del Viceministerio de Turismo deberá incentivar y facilitar el trabajo colaborativo entre stakeholders del sector y focalizar ayudas y subvenciones a través de la planificación y el diseño de políticas transversales de turismo sostenible que promuevan su internacionalización.

La relación entre aerolíneas y las agencias de viajes en Colombia después de casi medio año de suspensión en sus operaciones, deberá reinventarse bajo un modelo colaborativo que en *primer lugar* elimine el riesgo asociado con el sistema de crédito actual de pago semanal de reportes que se maneja a través del (BSP) Bank Settlement Plan en el país. Lo anterior implicaría migrar a un sistema de pago por transacción totalmente en línea que facilitaría el recaudo inmediato por parte de las aerolíneas (Proveedores). Este cambio significaría el fin de una práctica riesgosa que es el otorgamiento del crédito directo que las aerolíneas ofrecen a las agencias de viajes y que estas a su vez trasladan al cliente final lo cual eliminaría el riesgo de impago y la necesidad de las agencias de viajes de suscribir como en la actualidad onerosas pólizas de garantía y cumplimiento en favor del BSP y algunas aerolíneas de manera individual ya que el pago del cliente por transacción se realizaría directamente al proveedor en línea y luego este reconocería la comisión al intermediario.

El origen de esta relación inequitativa proveedor-intermediario se agudiza a partir de los hechos ocurridos el 11-S y termina llevándose el escaso margen que reciben las agencias de viajes en Colombia que equivale al 1% del valor de la tarifa del tiquete aéreo sin impuestos. En *segundo lugar*, se debe incorporar al nuevo modelo la posibilidad de que las agencias de viajes puedan acceder a esquemas voluntarios de compra anticipada o prepago de tiquetes aéreos por volumen a través del BSP con el fin de mejorar los márgenes de comisión actuales. En *tercer lugar*, se debe establecer un esquema de

tarifas unificado entre los sistemas de venta por internet que ofrecen las aerolíneas y los sistemas de reservación o (GDS) Global Distribution Systems que utilizan las agencias de viajes con el fin de fomentar la sana competencia, la satisfacción del cliente y el mejoramiento en los niveles de servicio ofrecidos.

Es fundamental la transformación digital del sector turismo, lo que implica reenfocarse y adaptarse a nuevas tecnologías de gran impacto que ganan cada día mayor aceptación a través del uso de herramientas digitales. Por esta razón las organizaciones necesitan invertir en capacitación de su personal o contratar gente con experiencia para poder contar con capital humano competente, adaptable e innovador. Contar con el personal apropiado permite reinventar, crear y trabajar con tendencias e indicadores de comportamiento del mercado y consumidor que han venido evolucionando a un ritmo acelerado. Incluso las tendencias actuales son muy distintas a las de comienzos de año y la forma de pensar del consumidor también es diferente. Las empresas están reorganizándose, fortaleciendo sus debilidades y potenciando oportunidades para seguir avanzando desde sus plataformas virtuales en la promoción de destinos y comunidades que incorporen la preservación del medio ambiente y a su vez renegociando con proveedores tarifas hoteleras y de viajes que incentiven a ciudadanos de otros países para que nos visiten en un futuro cercano pero también motivando a sus propios conciudadanos para que conozcan el país y valoren su patrimonio. El turismo reinventado nos ofrece calidad, confianza, seguridad y un conjunto de experiencias enriquecedoras que demuestran una gran capacidad de resiliencia que tiene la industria que resurge de sus cenizas como el ave fénix después de sufrir una de sus más grandes afectaciones durante la crisis debido a su gran dependencia hacia el movimiento de personas.

Es necesario implementar procesos de innovación en la oferta de productos turísticos y en sus canales de comercialización a través del uso de plataformas tecnológicas de comercio electrónico seguras con precios favorables y muy atractivos que faciliten una interacción sin contacto con el usuario y el acceso a toda la información de destinos y servicios que deben incluir modalidades de domicilio y takeout para sus establecimientos presenciales.

Colombia cuenta con un turismo muy atractivo en naturaleza, aventura y biodiversidad, por esta razón la implementación de estrictos protocolos de bioseguridad debe recuperar en primera instancia la confianza del turista nacional para poder llevar nuevamente desarrollo a las regiones a través de la activación de intensas campañas de promoción por medio de Fontur y Procolombia enfocadas al turismo doméstico, comunitario, rural, cultural, recreativo, de naturaleza y aventura que inviten a explorar, conocer y recorrer el país al aire libre de una manera segura, responsable con el medio ambiente y con el cumplimiento de protocolos homogéneos de seguridad sanitaria en restaurantes, aeropuertos, hoteles y establecimientos. Estas estrategias son fundamentales para poder recuperar el sector y la actividad turística gradualmente. Es importante hacer sentir al turista o viajero que su entorno es seguro y que su cuidado y salud son primordiales para que estos se sientan confiados en el servicio que se les brinda en el destino seleccionado. Así como también la aplicación de ayudas complementarias tales como la reducción en las tarifas de los peajes y el precio de la gasolina ayudarían a incentivar los viajes por tierra y lograríamos tener una reactivación sostenible, adaptable y acelerada. La reapertura del turismo a partir del 1 de Septiembre y la próxima llegada de la Semana de Receso Escolar

del 5 al 9 de Octubre de 2020 son oportunidades para que el turismo tome oxígeno y empalme en mejores condiciones con la temporada de final de año. Las aerolíneas que venían pidiendo la colaboración del gobierno se preparan para operar en principio con vuelos domésticos a 15 destinos y solicitan por parte de este, considerar proporcionar una mayor ayuda financiera y de asistencia. Cotelco por su parte estima que a finales del presente año la ocupación hotelera alcance un 20% luego de haber perdido más de 6 billones de pesos y el 31% de los empleos tras más de cinco meses de parálisis.

El gobierno nacional deberá fortalecer el sistema de información turística, garantizar programas de apoyo y facilitar a todas las empresas que conforman la cadena, el acceso a subsidios, auxilios de nómina, líneas de crédito a través del FNG para generar liquidez, exención de IVA al turismo hasta el año 2021, eliminación definitiva de sobretasa de energía, extensión en el pago de impuestos y contribuciones parafiscales e incentivos tributarios para mejorar el flujo de caja y sostener las empresas y el empleo. Además de la inclusión en políticas de alivio, capacitación y formación al personal freelance en situación de vulnerabilidad que también forma parte de la industria.

El gobierno nacional deberá priorizar la inversión en las industrias culturales y creativas, que son para el turismo una herramienta muy importante para su difusión y consolidación. Es importante el acompañamiento técnico a las entidades territoriales para la fase de reactivación. El gobierno local y departamental deberán realizar las inversiones necesarias en materia de obras de infraestructura turística y sanitaria que permitan a los visitantes disfrutar de sus destinos en condiciones dignas, seguras y sostenibles.

A través del tiempo, las sociedades han conseguido sobrevivir frente a las más grandes crisis y adversidades de su historia. El turismo en Colombia no ha sido la excepción, demostrando una gran capacidad de resistencia. No tenemos certeza del final de esta etapa coyuntural por la cual atravesamos y por esta razón la investigación se encuentra abierta para continuar trabajando en el desarrollo del sector, su evolución y medidas que contribuyan con su recuperación. Sin embargo, contamos a nuestra disposición con herramientas y elementos suficientes para creer en la gran capacidad de superación de la raza humana. Sea un individuo, una empresa o una sociedad, nuestra iniciativa debe enfocarse en el fortalecimiento de conocimientos, aptitudes, valores y destrezas para afrontar las dificultades que al final pueden convertirse en excelentes oportunidades para el desarrollo y crecimiento. Recordemos que las personas siempre tendrán un profundo e indeclinable deseo de viajar.

Referencias

ANATO. (13 de abril de 2020). *Acciones que se emprenderán para la recuperación del turismo*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/acciones-que-se-emprenderan-para-la-recuperacion-del-turismo/>

ANATO. (21 de mayo de 2020). *Incertidumbre en el sector del turismo y las agencias de viajes*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/incertidumbre-en-el-sector-del-turismo-y-las-agencias-de-viaje/>

- ANATO. (2020). *Universidad Externado de Colombia: La crisis del turismo por el covid-19*. Recuperado de <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- Bayona, N. (23 de abril de 2020). *Hosteltur Latam Turismo post-coronavirus: La innovación como única salida*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/136215_turismo-post-coronavirus-la-innovacion-como-unica-salida.html
- Cortés Calle, P. (1 de abril de 2020). *El Turismo tomará impulso para llegar con más fuerza en los próximos meses*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/el-turismo-tomara-impulso-para-llegar-con-mas-fuerza-en-los-proximos-meses-anato/>
- Cortés Calle, P. (13 de abril de 2020). *Acciones que se emprenderán para la recuperación del turismo*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/acciones-que-se-emprenderan-para-la-recuperacion-del-turismo/>
- Cortés Calle, P. (21 de abril de 2020). *ANATO lidera propuestas y acciones inmediatas para favorecer el turismo*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/anato-lidera-propuestas-y-acciones-inmediatas-para-favorecer-al-turismo/>
- Cortés Calle, P. (23 de abril de 2020). *Agencias de viajes aliadas en la recuperación del sector*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/agencias-de-viajes-aliadas-en-la-recuperacion-del-sector/>
- Cortés Calle, P. (21 de mayo de 2020). *ANATO*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/incertidumbre-en-el-sector-del-turismo-y-las-agencias-de-viaje/>
- Chavarro, F., y Sellamén, A. (2017), “Panorama de las PyME del sector turístico en Colombia en el marco de la alianza del Pacífico”. Fundación Universidad de América. Recuperado de: <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6222/1/COL0082009-2017-1-EF.pdf>
- Forbes. (2020). *Forbes*. Recuperado de <https://forbes.co/2020/03/11/actualidad/gobierno-ofrece-ayudas-a-sectores-de-turismo-y-aviacion-para-enfrentar-impacto-del-covid-19/>
- Gómez Losada, A. (23 de abril de 2020). *Hosteltur Latam*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/136215_turismo-post-coronavirus-la-innovacion-como-unica-salida.html
- Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). *Introducción Al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria.
- OMT. (12 de mayo de 2020). *ANATO*. Recuperado de <https://anato.org/noticias/numero-de-turistas-internacionales-caeria-entre-60-y-80-al-cierre-de-2020/>
- OMT. *UNWTO Glosario de Términos de Turismo*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Restrepo Abondano, J. M. (2020). *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-se-reactivara-el-sector-del-turismo/284907>

- Restrepo Abondano, J. M. (15 de abril de 2020). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/recursos-para-apoyo-a-guias-de-turismo-en-covid-19>
- Santoro, F. (2019) *Cluster, Camara de Comercio de Bogotá*. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Diciembre-2019/Colombia-destino-tendencia-en-2020>
- Santoro, F. (2020). *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-se-reactivara-el-sector-del-turismo/284907>
- Toro, G. A. (2019) *Cluster, Camara de Comercio de Bogotá*. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Diciembre-2019/Colombia-destino-tendencia-en-2020>
- Toro, G. A. (2020). *COTELCO*. Recuperado de <https://www.cotelco.org/noticias/Comunicado%2025-03>

© 2020. This work is published under <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>(the “License”). Notwithstanding the ProQuest Terms and Conditions, you may use this content in accordance with the terms of the License.