

# Impacto y perspectivas futuras del sector turismo frente a la pandemia del COVID-19

Impact and future perspectives of the tourism sector facing the COVID-19 pandemic



---

Fuente: Pexels.com Licencia Creative Commons

# Impacto y perspectivas futuras del sector turismo frente a la pandemia del COVID-19<sup>1</sup>

Impact and future perspectives of the tourism sector facing the COVID-19 pandemic

Jasson Sloneer Gualdrón-Balaguera<sup>2</sup>

Artículo recibido en diciembre 02 de 2020; artículo aceptado en abril 28 de 2021

Este artículo puede compartirse bajo la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional y se referencia usando el siguiente formato: Gualdrón-Balaguera, J. S. (2021). Impacto y perspectivas futuras del sector turismo frente a la pandemia del COVID-19. *I+D Revista de Investigaciones*, 16(2), 26-34. <https://doi.org/10.33304/revinv.v16n2-2021003>

## Resumen

San Gil es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, reconocido como su capital turística desde el año 2004. Desde entonces, el turismo creció significativamente. A raíz de la pandemia, el sector fue fuertemente afectado, motivo por el cual surge esta investigación orientada a identificar el impacto y las perspectivas del sector turismo. Se llevó a cabo un estudio exploratorio, donde se diseñó una encuesta en Google Forms que fue aplicada a los propietarios, administradores y empleados en puestos directivos de hoteles, restaurantes, operadoras turísticas y demás negocios relacionados. Se tomó una muestra por conveniencia de 41 empresas y los datos se analizaron mediante el software estadístico SPSS, versión número 25. El resultado más importante fue descubrir que será de vital importancia para el sector turismo que en primera instancia las empresas garanticen al consumidor, como mínimo, seguridad y confianza.

**Palabras clave:** COVID-19, impacto, perspectivas, turismo.

## Abstract

San Gil is a Colombian municipality located in the department of Santander, since 2004 it is recognized as the tourist capital of the region. Since then, tourism has been growing significantly. However, as a result of the pandemic, the sector has been strongly affected. That is the reason why this research arises, aimed to identify the impact and prospects of the tourism sector. In that order, an exploratory study was carried out, where a Google Forms survey was designed and applied to owners, managers and employees in management positions of hotels, restaurants, tour operators and other related businesses of the tourism area. A convenience sample of 41 companies was taken and the data was analyzed using the statistical software SPSS, version number 25. Consequently, the main result implies that it will be vital for the tourism sector that in the first instance the companies guarantee the consumer at least security and confidence.

**Keywords:** COVID-19, impact, perspectives, tourism.

<sup>1</sup> Artículo de investigación, de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), resultado de un proyecto de investigación culminado, perteneciente al área de ciencias sociales, subárea de turismo, desarrollado en el Grupo de Investigación en productividad y gestión de Operaciones –SINERGIA, fue financiado por la Universidad de Investigación y Desarrollo (San Gil, Colombia). Dirección Carrera 9 n.º 10 – 40, PBX: (60) (7) 7242224 – (60) (7) 7236628. Fecha de inicio: 02 de octubre de 2020. Fecha de terminación: 02 de diciembre de 2020.

<sup>2</sup> Estudiante de Ingeniería Industrial, Universidad de Investigación y Desarrollo. Grupo de Investigación en productividad y gestión de Operaciones –SINERGIA, Universidad de Investigación y Desarrollo (San Gil, Colombia) Dirección: Carrera 9 n.º 10 – 40, PBX: (60) (7) 7242224 – (60) (7) 7236628. <https://orcid.org/0000-0001-9356-2499> Correo electrónico institucional: [jgualdron5@udi.edu.co](mailto:jgualdron5@udi.edu.co)

## Introducción

En noviembre del 2002, en Foshán, China, aparece la primera epidemia causada por un coronavirus, el SARS-CoV (Velázquez-Silva, 2020). El brote dejó un total de 8.439 infectados y 812 víctimas fatales (Organización Mundial de la Salud, 2003). En el año 2012, en Arabia Saudita se identificó un segundo coronavirus, el síndrome respiratorio de oriente medio (MERS-CoV), virus que hasta el 2018 dejó 2.279 casos confirmados y 806 muertes (Organización Mundial de la Salud, 2019). En diciembre del año 2019 en Wuhan, China, aparece un tercer coronavirus, el SARS-CoV2; causante de la enfermedad del COVID-19. Desde ese entonces hasta la fecha, el virus se ha transmitido con rapidez y el 11 de marzo del 2020 el COVID-19 fue declarado pandemia por la OMS. Al igual que todos los países en Latinoamérica, Colombia fue uno de los fuertemente afectados por la llegada del virus. Aunque en la actualidad continúa latente el SARS-CoV2 en el territorio nacional, el país se empieza a recuperar gradualmente de la crisis ocasionada por el virus.

El 6 de marzo, las autoridades de salud estatales confirmaron el primer caso de COVID-19 en Colombia (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020). A partir de la fecha, se ha tomado una gran diversidad de medidas para mitigar y hacer frente a la pandemia del COVID-19. Por ejemplo, el 20 de marzo el Gobierno de Colombia (2020) anunció el aislamiento preventivo obligatorio, el cual entró en vigor el 24 de marzo y se extendió hasta el primero de septiembre, fecha en la que el Ministerio de Salud y Protección Social (2020) empezó una nueva fase denominada Prueba, Rastreo y Aislamiento Selectivo Sostenible (PRASS), que aún hoy continúa vigente.

El aislamiento preventivo obligatorio fue una medida que si bien detuvo la propagación del virus, trajo consigo una crisis económica en diferentes sectores. Sin duda alguna, uno de los más afectados fue el turismo, ya que las empresas del sector se vieron forzadas a cerrar sus puertas y suspender por completo o parcialmente sus actividades durante aproximadamente 6 meses (Portafolio, 2020).

A nivel mundial, se han desarrollado diversas investigaciones sobre el turismo y la pandemia. Por ejemplo, Félix et al. (2020) llevaron a cabo un estudio dirigido a captar estrategias que los administradores y propietarios consideraban necesarias para la reapertura del turismo en Manta, Ecuador. La investigación tuvo en cuenta una muestra representativa que incluyó al 48% de las empresas turísticas de la ciudad. Según el estudio mencionado, algunos de los aspectos relevantes para la reactivación del turismo son: I) la creación de nuevos servicios inclinados especialmente hacia la naturaleza, a fin de reemplazar el modelo tradicional de sol y playa; II) la creación de plataformas tecnológicas que contribuyan a la comercialización y promoción de productos turísticos; III) la salud, tal como la implementación de

buenas prácticas en los establecimientos; IV) el posicionamiento de la imagen del destino Manta como un lugar seguro de COVID-19.

Un segundo estudio, también realizado en Ecuador, analizó el impacto del COVID-19 en el emprendimiento del sector turístico (Quevedo-Vázquez et al., 2020). Otra investigación realizada por Buckeridge y Philippi Junior (2020) observó el impacto de la pandemia del COVID-19 en una de las ciudades más pobladas de Brasil (São Paulo). Los investigadores señalaron que los sectores más afectados fueron los de la educación, la salud, el turismo y los subsistemas de comercio y finanzas.

Por una parte, el equipo de publicaciones “Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel” de la Universidad de La Laguna, en España, expuso una serie de reflexiones, retos y oportunidades en el turismo pos-COVID-19 (García et al., 2020), en él se expuso un estudio que contó con la participación de 400 profesionales del sector turístico y reunió a expertos con el propósito de generar material que contribuyera en la toma de decisiones futuras pensadas en la etapa pos-COVID-19, en la cual la salud y la seguridad son un factor fundamental (García et al., 2020).

En cuanto a Colombia, se han desarrollado pocas investigaciones sobre el tema, pese a ello se encuentran estudios como el ensayo académico realizado en la Universidad Católica del Norte, que detalla la contribución del sector turístico al PIB nacional y los efectos de la pandemia; ilustra cómo estos últimos afectan directamente al turismo del país y, además, presenta unas recomendaciones enfocadas a la reactivación del sector. Entre las sugerencias más relevantes resaltan: el sacar provecho del beneficio de ser uno de los países con mayor biodiversidad, se postula la independencia del Ministerio del Turismo y se invita a promover el turismo nacional (Cabello Beltrán y Pulido Arbelaez, 2020).

Por otra parte, San Gil y, en particular, su Instituto de Cultura y Turismo no disponen de un sistema de información que permita caracterizar al sector, razón por la cual uno de los medios más relevantes de la región realizó una estimación en cuanto al impacto en la economía del municipio. Esta concluyó que, únicamente durante el periodo de semana santa del año 2020, se dejó de recibir más de 6.300 millones de pesos provenientes del turismo, cifra mayor a los 5.700 millones que recibió la secretaría de hacienda por concepto del predial entre enero y febrero de este mismo año (Vanguardia, 2020).

Es así como surge el presente estudio, el cual se lleva a cabo en San Gil, una región de Colombia caracterizada por una amplia oferta de turismo de aventura y naturaleza. Su finalidad consiste en recopilar información de diferentes fuentes y expertos, con el fin de realizar un análisis nutrido de diferentes pruebas estadísticas. Lo anterior, en pro de determinar las relaciones existentes

entre las diferentes características de las empresas, con sus percepciones y perspectivas ante la afectación por el COVID-19, así como su posterior recuperación. Es importante precisar que se realiza un estudio de tipo exploratorio, debido a que en la región no se dispone de literatura referente al tema.

## Metodología

### Recolección de la Información

La presente investigación tiene un alcance de tipo exploratorio. Se recurrió a un muestreo por conveniencia, debido a que no estaba operando gran parte de las empresas del sector turístico en la región. De hecho, al momento del estudio eran operativas en el municipio solo 84 empresas de las 223 con permiso nacional de turismo (Triana, 2020). Por ende, se aumentaron los esfuerzos para encuestar a la mayor cantidad posible de las 84 empresas, obteniendo así un total de 41 encuestas exitosas. Cabe resaltar que San Gil es una región de Colombia ampliamente conocida por su oferta turística centrada principalmente en el turismo de aventura (operadoras turísticas en las que se hizo mayor énfasis).

La información empleada en este estudio fue suministrada únicamente por propietarios, administradores y empleados en puestos directivos de hoteles, zonas de camping, parques naturales, transporte especializado y restaurantes. Para estos últimos solo se incluyó establecimientos con una ubicación estratégica, es decir, los restaurantes ubicados sobre vías principales y con oferta gastronómica típica o especializada, con el fin de evitar la recolección de información de restaurantes sin un claro enfoque hacia el turismo. También, se encuestaron a operadoras turísticas que ofrecen deportes extremos y de aventuras, tales como rafting, kayaking, parapente, torrentismo, rápel, canyoning, espeleología, bungee jumping, cable vuelo, entre otros. En la Tabla 1 se presentan las características sociodemográficas de la muestra.

Tabla 1.  
Características sociodemográficas de la muestra

Características	Porcentaje
<b>Género</b>	
Masculino	51,2
Femenino	48,8
<b>Nivel de estudio</b>	
Básico/Primaria	2,4
Bachillerato	22,0
Técnico/ Tecnólogo	22,0
Universitario	39,0
Estudios de posgrado	14,6
<b>Rango de edad</b>	

Menos de 20 años y mayor de 18 años	4,9
Entre 21 y 30 años	22,0
Entre 31 y 40 años	36,6
Entre 41 y 50 años	14,6
Entre 51 y 60 años	14,6
Más de 61 años	7,3
<b>Categoría a la que pertenecen los negocios encuestados</b>	
Restaurante, cafetería, servicios de comida	24,4
Hotel, lugares de pernoctación	36,6
Operadoras turísticas: Actividades de aventura, deportes extremos, canotaje, bungee jumping, parapente, entre otros	31,7
zonas de camping, parque natural, transporte especializado	7,3

Fuente: Autor.

La muestra estuvo conformada por un 51,2% de hombres, y un 48,8% de mujeres. En cuanto al nivel de estudios, el 39% de los encuestados poseían el rasgo de universitario, 22% de bachillerato, 22% de técnico y tecnólogo, 14,6% con estudios de posgrado y 2,4% con un nivel de básico/primaria. En cuanto a la edad, el 36,6% de la población tenía entre 31 y 40 años, seguido por un 22% de personas entre los 21 y 30 años, 14,6% entre 41 y 50 años, otro 14,6% entre edades desde los 51 y 60 años, un 7,3% de los mayores de 61 años y un 4,9% de adultos entre los 18 y 20 años.

En cuanto a los negocios encuestados, el 36,6% corresponden a hoteles y lugares de pernoctación; el 31,7% a operadoras turísticas; el 24,4% a restaurantes, cafeterías y servicios de comida y, por último, las zonas de camping, parque natural y transporte especializado contaron con una participación del 7,3%.

Con base a información secundaria, se procedió a diseñar una encuesta en Google Forms que constó de 20 preguntas; algunas abiertas, de selección múltiple y otras de varias opciones a modo de cuadrícula. A través del formulario diseñado y aplicado, se recolectó información del tipo de negocio y sus características. También se preguntó acerca del puesto que desempeñaba en la empresa, el género, el rango de edad y el nivel educativo del encuestado. De igual manera, se identificaron aquellos factores que los entrevistados del sector turístico de San Gil consideran son los que más afectan la recuperación del sector y se recolectó información relacionada a la percepción que ellos tienen de cara a la apertura, así como las estrategias que consideran más importantes para retomar las actividades.

### Análisis de la Información

Para el análisis de la información, se empleó el software estadístico SPSS. Los análisis fueron de tipo univariante y bivalente. Estos últimos, de tipo no paramétrico, consistieron en la aplicación de las pruebas de U Mann-Whitney y Kruskal-Wallis y cálculos de correlaciones de Spearman.

## Resultados

### Factores que afectan la recuperación del turismo

Como se puede apreciar en la Figura 1, los empresarios del sector turístico de San Gil, en promedio consideran que los factores que más están afectando su recuperación son: el deterioro del entorno económico, la falta de una

respuesta coordinada entre los países a nivel mundial para garantizar protocolos armonizados y restricciones coordinadas, el poco respaldo por parte del sistema de salud, las restricciones de viaje y la lentitud con la que se está conteniendo el virus. En cuanto a la baja confianza de los consumidores, las percepciones se encuentran divididas, eso explica el valor obtenido en este aspecto.

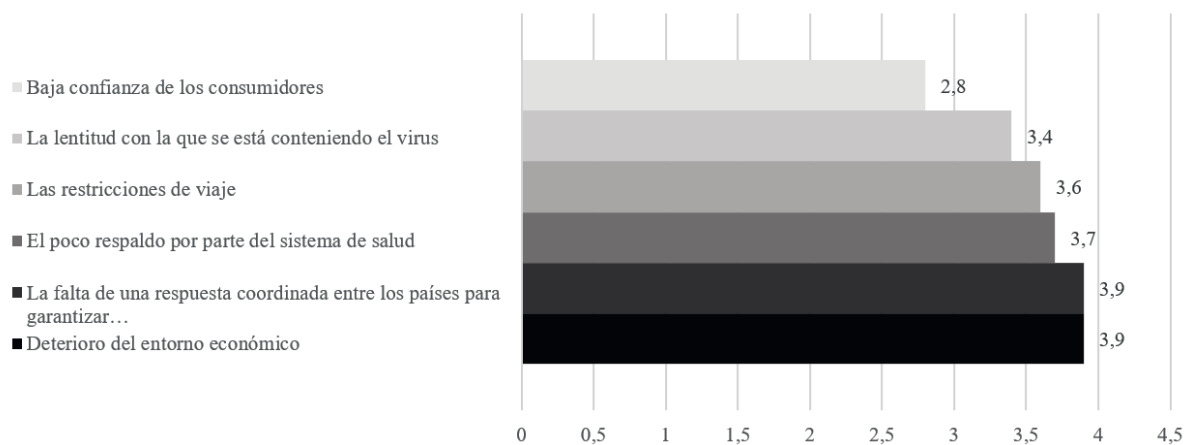


Figura 1. Factores que afectan la recuperación del turismo. Fuente: Autor.

Mediante el desarrollo de análisis bivariantes, no se encontró relaciones significativas entre los factores que impiden la recuperación del turismo con el género (test de U de Mann Whitney,  $p \geq 0,050$ ), el nivel educativo (test de Kruskal Wallis,  $p \geq 0,050$ ) y el rango de edad de los encuestados (test de Kruskal Wallis,  $p \geq 0,050$ ). Esto significa que las percepciones acerca de los factores que impiden la recuperación del turismo, poco estarían

asociadas con el género, el nivel educativo, ni el rango de edad. Por lo tanto, se tratarían de percepciones generalizadas, no siendo estas restringidas a un segmento en particular de empresarios. Por otro lado, se desarrollaron correlaciones bivariadas (de Spearman) entre los factores que impiden el desarrollo del sector, el tiempo en años que lleva la empresa en el mercado y el número de empleados que se posee (ver Tabla 2).

Tabla 2.

Correlaciones de Spearman de los factores que impiden el desarrollo del sector y el tiempo en años

Factores que impiden la recuperación del sector turismo en la región	¿Cuántos años lleva su empresa en el mercado?	¿Con cuántos empleados directos (de planta) cuenta la empresa?
Las restricciones de viaje	0,177	0,041
La lentitud con la que se está conteniendo el virus	0,041	0,042
Baja confianza de los consumidores	-0,359*	0,087
Deterioro del entorno económico	-0,159	0,198
La falta de una respuesta coordinada entre países para garantizar protocolos armonizados y restricciones coordinadas	-0,181	-0,307
El poco respaldo por parte del sistema de salud	0,092	0,105

Fuente Autor. Nota: \*La correlación es significativa en el nivel 0,050 (bilateral).

Se encontró que, las empresas que llevan más tiempo en el mercado tienden a considerar que la baja confianza de los consumidores no es un factor que impide la recuperación del sector turístico, contrario a ello, las empresas con menor tiempo funcionando tienden a considerar en mayor medida que la baja confianza afecta significativamente en la recuperación del sector.

Lo anterior quiere decir que las empresas que llevan más tiempo en el mercado son más optimistas ante la desconfianza de los consumidores en cuestión de bioseguridad. Esto podría deberse a que, por lo general, estas empresas poseen sistemas más robustos, lo que conllevaría a un exceso de confianza o que a través del tiempo han sabido sobreponerse a las adversidades

y ven la pandemia como una más de ellas. De hecho, se encontró que no existe relación significativa entre el tiempo que se lleva en el mercado y el grado de implementación de protocolos de bioseguridad relativos a la pandemia (test de Kruskal-Wallis,  $p \geq 0,050$ ).

### Medidas para retomar las actividades del sector turismo

Las empresas del sector turístico de San Gil, en promedio consideran que la medida más importante para retomar las actividades consiste, sin duda alguna, en generar

confianza y seguridad a los consumidores (ver Figura 2). De igual forma, creen que algunas buenas alternativas son: continuar invirtiendo en publicidad a través de las redes sociales, lanzarse a la búsqueda de nuevos clientes y segmentos de mercado e incluir nuevos productos o servicios. En consecuencia, las acciones de los empresarios en aras de mejorar su desempeño frente a la pandemia tienen un fuerte enfoque hacia la bioseguridad. Esto va en línea con lo expuesto por García et al. (2020) quienes proponían que, en el turismo, la bioseguridad será un aspecto fundamental.

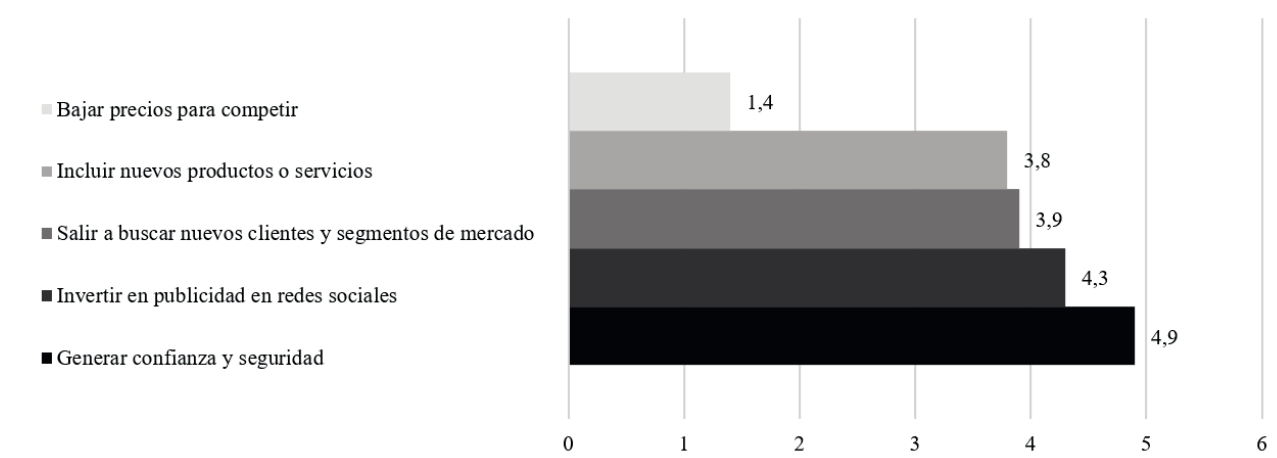


Figura 2. Medidas para retomar las actividades del turismo. Fuente Autor.

Una forma común de competencia, en referencia al precio, parece no estar en la vista de los empresarios como una medida para retomar las actividades de turismo, esto último podría deberse a los mayores costos que sin duda ha conllevado la implementación de protocolos de bioseguridad.

Mediante el desarrollo de análisis bivariantes, no se encontró relaciones significativas entre las medidas para retomar las actividades del sector turístico y el género (Test de U de Mann Whitney,  $p \geq 0,050$ ), el nivel educativo (test de Kruskal Wallis,  $p \geq 0,050$ ) o el rango de edad de los encuestados (test de Kruskal Wallis,  $p \geq 0,050$ ). En ese sentido, los resultados indican que las medidas para retomar las actividades del sector son generalizadas y no están asociadas con características específicas de los empresarios o los encargados de dirigirlas.

Al igual que con los factores, se calcularon correlaciones de Spearman entre las medidas para retomar a las actividades, la edad de las empresas y el número de empleados directos que poseen (ver tabla 3). Se encontró

que, a medida que una empresa posee más años en el mercado se tiende a poseer menos predisposición a la inversión de publicidad en redes sociales (Rho de Spearman = -0,393). Esto podría deberse a que se posee una cultura organizacional tradicional, con enfoques de marketing muy preestablecidos y que distan de las redes sociales. Aunque, otra posible variable sería la posición que ocupan dentro de la cadena de valor del turismo en la región.

Por otra parte, se descubrió que quienes poseen mayor predisposición a invertir en publicidad en redes sociales como una de medida para retomar a las actividades turísticas son las empresas turísticas que ofertan actividades de aventura, deportes extremos, canotaje, bungee jumping, parapente, entre otros (test de Kruskal Wallis,  $p = 0,018$ ). Esto podría deberse a que todas las anteriores poseen menos contacto con los consumidores en contraste con empresas tales como restaurantes, hoteles, zonas de camping, transporte, entre otras.

Tabla 3.  
 Correlaciones de Spearman de la edad de las empresas y el número de empleados

Medidas para retomar las actividades del sector turismo	¿Cuántos años lleva su empresa en el mercado?	¿Con cuántos empleados directos (de planta) cuenta la empresa?
Invertir en publicidad en redes sociales	-0,393*	-0,011
Bajar precios para competir	-0,182	0,021
Salir a buscar nuevos clientes y segmentos de mercado	-0,213	0,145
Generar confianza y seguridad	-0,136	0,309**
Incluir nuevos productos o servicios	-0,01	0,214

Fuente: Autor. Nota: \*La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

También se encontró una relación positiva y significativa entre la cantidad de empleados directos que poseen las empresas y el generar confianza y seguridad en sus clientes (Rho de Spearman = 0,309). Esta relación podría deberse a que, al poseer mayores empleados, los protocolos de bioseguridad tienden a ser más complejos y difíciles de controlar, por tanto, una empresa con cantidad de empleados considerable que los adopte estaría enviando una clara señal de bioseguridad tendiente a incrementar confianza y seguridad para sus clientes.

#### Tiempo en reactivarse por completo el sector turismo perspectiva de los empresarios

De manera general, los empresarios turísticos de San Gil consideran que para activarse por completo el sector

turismo como era antes de la pandemia, tardará como mínimo entre un año y tres años más (68,8% de los entrevistados). Aunque no es un escenario optimista, podría ser un escenario bastante real debido a que ya han transcurrido 9 meses desde que se inició el Estado de alarma hasta la fecha en que recopiló la información del presente estudio y aún, el panorama no es claro, al menos en cuanto al caso de Colombia se refiere. No se encontraron relaciones significativas entre la percepción del tiempo que demoraría en reactivarse el sector turístico con respecto al género, el nivel educativo y el rango de edad de los entrevistados (test de Chi cuadrado,  $p \geq 0,050$ ).

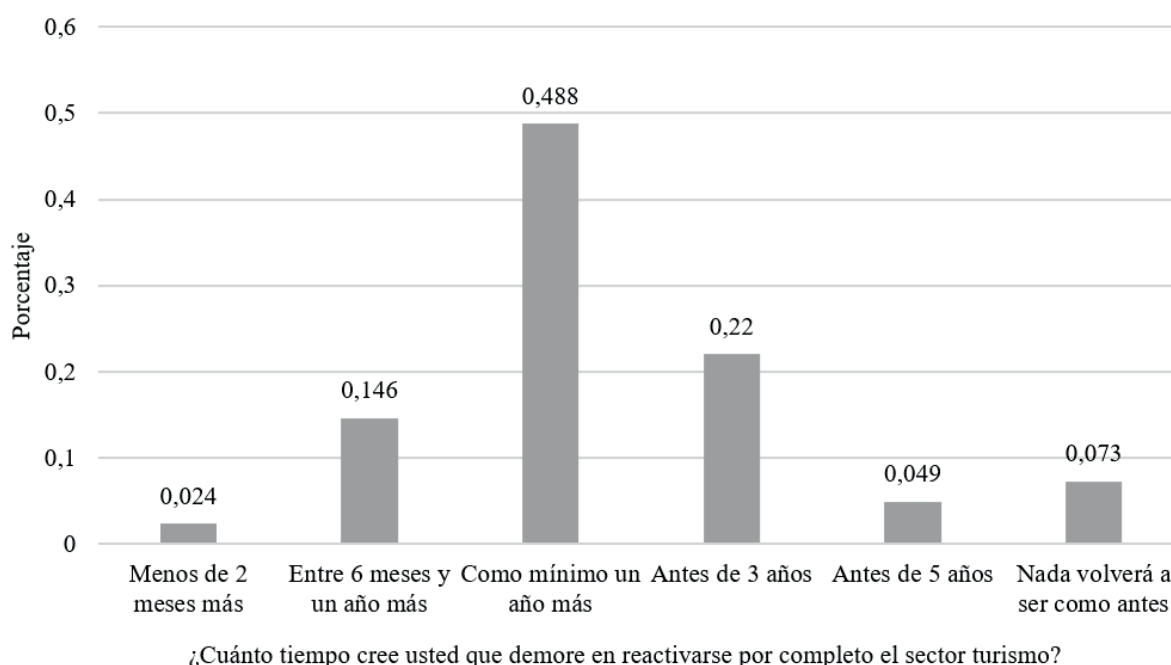


Figura 3. Tiempo en reactivarse el turismo (percepción). Fuente: Autor.

Para hacer frente a la crisis, el 19,5% de los empresarios obtuvieron créditos, mientras que el 80,5% restante no lo hicieron. Sin embargo, es de resaltar que la mayoría de ese 80,5% de los negocios que no obtuvieron préstamos, manifestaron haber intentado hacerlo, pero obtuvieron respuesta negativa por parte de las entidades financieras o les exigían mucha documentación. Un aspecto que podría jugar a favor de los empresarios para hacer frente a la crisis es que el 58,5% de lugares en donde operan los negocios son propios. Esto podría representar, al menos en parte, cierto "alivio". Sin embargo, el 63,4% de las empresas despidieron personal durante el aislamiento preventivo obligatorio y las pérdidas oscilan alrededor de los 35 millones de pesos (mediana=35 millones de pesos), aunque existen empresarios que manifestaron haber obtenido pérdidas de hasta 500 millones de pesos. En suma, el 95,1% de las empresas encuestadas manifestaron no haber recibido ninguna ayuda por parte del gobierno local, regional o nacional, en tanto que el restante 4,9% que sí manifestó haber recibido ayudas, indicó que sí por intermedio del bono solidario y los subsidios de las cajas de compensación.

### Conclusiones y recomendaciones

La medida que afectó mayoritariamente al sector turístico corresponde al aislamiento preventivo obligatorio, que por similitudes en sus características y restricciones es el análogo a la cuarentena implementada por otros países.

De forma similar a otras regiones, la reactivación del sector en la capital turística de Santander depende de la evolución en los contagios (Vergara, 2020), y debido a que el sector estima que la pandemia durará por lo menos un año más con una recuperación a largo plazo, las empresas del sector turístico del municipio de San Gil deberán adaptarse a esta nueva realidad e implementar las medidas y acciones que sean necesarias para garantizar al cliente la confianza y la seguridad en los diferentes destinos (Castaño, 2020).

Dado que el turismo viene de una crisis económica, unida a un aumento en los costos de operación por la implementación de protocolos de bioseguridad, bajar los precios definitivamente no es una medida que favorezca, por lo que se recomienda a las empresas mantener sus instalaciones limpias, ordenadas y contar con protocolos de bioseguridad robustos, que trasmitan al cliente la confianza en cuanto a un riesgo de contagio lo más bajo posible. De igual forma, se sugiere la implementación de estrategias como la publicidad, crear nuevos productos o servicios con el fin de captar nuevos clientes.

También, se recomienda a los empresarios indagar y en lo posible implementar el nuevo sello de bioseguridad 'Check in Certificado' para el sector del turismo, pues este se creó con el objetivo de que las empresas certifiquen el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad. La certificación fue creada por el Ministerio de Comercio

Industria y Turismo (2020), con el apoyo de Procolombia e Icontec. Además, los resultados sugieren que las formas tradicionales de hacer publicidad física podrían desaparecer para dar paso a la basada en redes sociales. Con relación a segmentos de mercados, es algo que no es claro.

En concordancia con lo anterior, se precisa que las autoridades locales, departamentales y nacionales emitan e implementen políticas que favorezcan la sostenibilidad y recuperación del sector, más si se considera que el 95% de los encuestados manifiestan que a la fecha no han recibido apoyos ni alivios tributarios para el sector. Se considera pertinente aclarar que, durante la aplicación de las encuestas, algunos de los participantes presentaron un sesgo en cuanto a la percepción de ayudas recibidas por parte del Estado, puesto que expresaron haber recibido ayudas del gobierno. Sin embargo, al indagar al respecto, estas ayudas no eran por alivio o apoyo al sector turístico, sino por otros conceptos, tales como subsidios a las cajas de compensación por empleados despedidos, bonos solidarios, entre otros.

Adicionalmente, es imprescindible que los turistas y coterráneos sigan las recomendaciones de las principales autoridades en la salud y el turismo, tales como el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2020), el Ministerio de Salud y Protección Social (2020), la Organización Mundial de la Salud (2019) y la Organización Mundial del Turismo (2020). Así mismo, se resalta la importancia de apoyar a este importante sector. La principal recomendación al momento de adquirir un servicio turístico, radica en ser enfáticos y dar prioridad a los prestadores turísticos más estrictos en el tema de la prevención del contagio.

Por último, se sugiere direccionar investigaciones futuras en la identificación de estrategias y alternativas que permitan a los gobernantes, inversores y empresarios propender por la recuperación y mejora del sector. Lo anterior considerando que aún es precipitado predecir la duración de la pandemia por COVID-19, por ende es necesario adaptarse a las circunstancias y direccionar políticas y estrategias, con el fin de salvaguardar la economía y la sostenibilidad de este importante sector.

### Agradecimientos

La presente investigación fue llevada a cabo bajo la modalidad de auxiliar de investigación, en el programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Investigación y Desarrollo –UDI–. Extiendo un agradecimiento al Dr. Wilmer S. Sepúlveda por su constante apoyo durante el desarrollo del estudio en cuestión, así como al Grupo de en productividad y gestión de Operaciones –SINERGIA– por ser los promotores de este estudio. De igual forma, a los propietarios, administradores y empleados en puestos directivos de hoteles, restaurantes, operadoras turísticas y demás negocios que participaron de la



investigación, suministrando la información mediante la encuesta aplicada por Google Forms y haciendo sus comentarios y aportes referentes a la situación actual que se está viviendo con la pandemia del COVID-19 en el sector del turismo.

## Referencias

- Buckeridge, M. S., y Philippi Junior, A. (2020). Ciência e políticas públicas nas cidades: Revelações da pandemia da Covid-19. *Estudos Avançados*, 34(99), 141–156. <https://doi.org/10.1590/S0103-4014.2020.3499.009>
- Cabello Beltrán, E. A., y Pulido Arbelaez, L. N. (2020). *Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia* [Tesis de la Especialización, Universidad Católica de Colombia]. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/24709>
- Castaño, M. A. (2020). *Turismo en Colombia: "La palabra clave de la reactivación es confianza"*. El Espectador. <https://www.elespectador.com/turismo/colombia-le-abre-las-puertas-al-turismo-la-palabra-clave-de-la-reactivacion-es-confianza-article/>
- Félix, Á., García Reinoso, N., y Vera, R. (2020). Participatory diagnosis of the tourism sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 16(1), 66–78. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2020000100066>
- García, R., Martínez, O., y Aceituno, P. (2020). Impacto del COVID en el PIB turístico. Análisis de la situación y propuestas de recuperación del turismo español. *Turismo Pos-COVID-19. Reflexiones, Retos y Oportunidades* (1 ed, pp. 319–329). Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7506863>
- Gobierno de Colombia. (20 de marzo de 2020). *Medidas tomadas para el Aislamiento preventivo*. <https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid-19/acciones-20-marzo.html>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (18 de mayo de 2020). *MinComercio lanza sello de bioseguridad 'Check in Certificado' para el sector de turismo*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sello-de-bioseguridad-check-in-certificado-turismo>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (6 de marzo de 2020). *Colombia confirma su primer caso de COVID-19*. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-confirma-su-primer-caso-de-COVID-19.aspx>
- Organización Mundial de la Salud. (5 de julio de 2003). *El brote de SRAS ha sido contenido en todo el mundo*. <https://apps.who.int/mediacentre/news/releases/2003/pr56/es/index.html>
- Organización Mundial de la Salud. (16 de marzo de 2019). *Coronavirus causante del síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV)*. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-\(mers-cov\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-(mers-cov))
- Organización Mundial del Turismo. (31 de enero de 2020). *COVID-19 | OMT*. The World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/356>
- Portafolio. (2 de julio de 2020). *Gobierno habilitó línea de crédito para el turismo por \$1 billón*. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/gobierno-habilito-linea-de-credito-para-el-turismo-por-1-billon-542316>
- Quevedo-Vázquez, J. O., Pinzón-Prado, L. T., Vásquez-Lafebre, L. M., y Quevedo-Barros, M. R. (2020). Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 6(3), 1352–1367. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>
- Triana, D. (1 de septiembre de 2020). *Cerca de 50 establecimientos dedicados al turismo ya operan en San Gil, Santander*. Vanguardia. <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/cerca-de-50-establecimientos-dedicados-al-turismo-ya-operan-en-san-gil-santander-DA2828225>
- Vanguardia. (22 de abril de 2020). *Sin turistas en Semana Santa, San Gil dejó de recibir más de \$6.300 millones*. <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/sin-turistas-en-semana-santa-san-gil-dejo-dereci-bir-mas-de-6300-millones-lk2279058>
- Velázquez-Silva, R. I. (2020). Historia de las infecciones por coronavirus y epidemiología de la infección por SARS-CoV-2. *Revista Mexicana de Trasplantes*, 9(S2), 149–159. <https://doi.org/10.35366/94504>
- Vergara, F. (2020). *La confianza será clave para reactivar el turismo, según viceministro*. Semana. <https://www.semana.com/pais/articulo/reactivacion-del-turismo-requiere-generar-confianza/286770/>