

ESTRATEGIAS SOSTENIBLES PARA AFRONTAR LAS PROBLEMATICAS DEL  
TURISMO EN LA CIUDAD DE BOGOTA ANTE EL COVID-19

Angy Lisseth Ramírez Ríos

Cristian Nicolás Lizarazo Mancipe

María Camila Mendoza Rodríguez

Pedro Felipe Huertas Vargas

Tutor

Luis Armando Cobo Campo

UNIVERSIDAD EAN

ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROCESOS Y CALIDAD

BOGOTA

2021

**Resumen:**

Debido a la pandemia mundial ocasionada por el Covid-19, muchas industrias se vieron fuertemente golpeadas, una de estas fue la del turismo, generando con esto un fuerte impacto negativo en la economía. De esta manera la investigación logró recopilar información por medio de una encuesta realizada a 203 personas con el fin de proponer lineamientos sostenibles que permitan mejoras en términos de confianza y experiencia en los turistas de la ciudad de Bogotá. Por medio del análisis de los resultados, se pudo evidenciar cuales son los principales motivos de viajar a la ciudad de Bogotá de los encuestados, el tipo de alojamiento preferente, el medio de transporte preferido y cuál es la percepción de confianza a la hora de hacer actividades de turismo.

**Palabras Claves: Turismo, Covid-19, estrategias, lineamientos.**

## Tabla de Contenido

1	INTRODUCCIÓN .....	6
2	PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
3	OBJETIVOS .....	10
3.1	Objetivo General.....	10
3.2	Objetivos Específicos .....	10
4	JUSTIFICACIÓN .....	11
5	MARCO TEÓRICO .....	14
5.1	Coronavirus .....	14
5.2	Turismo.....	17
6	METODOLOGÍA GENERAL O DE PRIMER NIVEL .....	21
6.1.1	Enfoque, diseño de la investigación y alcance o tipo de estudio .....	21
6.2	Definición de variables.....	21
6.2.1	Definición conceptual y operacional.....	21
6.3	Población y muestra .....	24
7	METODOLOGÍA PARTICULAR O DE SEGUNDO NIVEL.....	25
7.1	Selección de métodos o instrumentos para recolección de información ...	25
7.2	Medición de Variables .....	25
8	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	29
9	CONCLUSIONES .....	44
10	RECOMENDACIONES .....	46
11	LISTADO DE REFERENCIAS .....	47

## **Lista de Tablas**

Tabla 1. Matriz de definiciones conceptuales y operacionales.....	22
---	----

## Lista de Gráficas

Gráfica 1. Casos Coronavirus Colombia.....	16
Gráfica 2. Rango de edad VS Genero de la muestra tomada.....	29
Gráfica 3. Estado civil de la muestra tomada.....	30
Gráfica 4. Ocupación de la muestra tomada.....	31
Gráfica 5. Relación encuestados con el Gremio del Turismo.....	32
Gráfica 6. Ciudad de residencia de los encuestados.....	32
Gráfica 7. Grupo familiar con quien convive los encuestados.....	33
Gráfica 8. Estrategias de prevención al contagio por Covid-19 que generan mayor confianza.....	34
Gráfica 9. Medias de prevención utilizadas para mitigar el contagio por Covid-19 en las actividades de turismo.....	35
Gráfica 10. Motivos para hacer turismo en la Ciudad de Bogotá.....	36
Gráfica 11. Alojamientos preferentes de los encuestados para desarrollar sus actividades de turismo en Bogotá.....	37
Gráfica 12. Medio de transporte preferido para movilizarse hacia la ciudad de Bogotá al planear actividades de turismo.....	38
Gráfica 13. Creación nuevas estrategias que ayudaran a afrontar la situación actual del turismo de manera sostenible.....	40
Gráfica 14. Afectación por el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo.....	41
Gráfica 15. Planeación para hacer actividades de turismo.....	42

# 1 INTRODUCCIÓN

Durante el año 2020, la humanidad presenció uno de los más grandes desafíos de la historia, conocido como Covid-19, un virus originario de la China el cual produjo posteriormente una pandemia, generando un impacto en los diferentes sectores de la economía mundial afectando la cotidianidad de las personas. Todo esto llevo a las organizaciones a tomar medidas de restricción, entre las que encontramos el distanciamiento entre personas y cierres temporales de establecimientos para evitar la transmisión del virus y la propagación del mismo. Lo anterior, generó cambios en los procesos de las organizaciones obligándolas a innovar y rediseñar sus modelos de negocio, siendo el sector turismo uno de los más afectados ante esta crisis.

Este proyecto inicia con la definición de los objetivos, justificación y planteamiento del problema, adicionalmente se realizó una investigación bibliográfica, con la cual se construyó el marco teórico del presente estudio para así definir las metodologías aplicables, siendo el punto de partida para el diseño del estudio de la percepción social de aquellas estrategias implementadas por actores turísticos en sus respectivas actividades en la ciudad de Bogotá.

Los resultados obtenidos pretenden llevar a la formulación de estrategias sostenibles e inicio de futuras investigaciones en el sector turismo, para afrontar las problemáticas desarrolladas en la ciudad de Bogotá ante la presencia del Covid-19, así como evaluar la efectividad de aquellas medidas de prevención y protocolos sanitarios requeridos para recuperar la confianza de los turistas y aportar a la aceleración y reactivación económica de la capital.

Por lo tanto, el turismo contribuye al cuidado de los recursos naturales a través de la concientización del buen uso del patrimonio del país, prevaleciendo la cultura e historia, permitiendo al turismo ser una fuente de oportunidades competitivas y eficientes para ser reconocido como un sector resiliente.

## 2 PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

En las últimas décadas, el turismo se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos y de mayor crecimiento en todo el mundo debido a su importancia como motor de la creación de empleo y de la promoción del desarrollo económico. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el turismo en el pasado ha demostrado resiliencia en situaciones de crisis económica y pandemias como por ejemplo con la epidemia SARS en el año 2003, por esto, darle un buen manejo a la situación que se está viviendo en la actualidad, es la clave para generar una reactivación económica mundial. (Naciones Unidas, 2004)

El brote del nuevo COVID-19, ha generado un impacto negativo en la economía y empleos a nivel mundial. Uno de los sectores que se ha visto más golpeado, es el del Turismo, ya que hoteles, restaurantes, operadores turísticos, aerolíneas y buques cruceros han tenido que suspender indefinidamente sus actividades generando así caídas drásticas en los ingresos que obligan a enfrentarse a posibles reducciones de horas de trabajo y pérdidas de empleos; por esto, se deben encontrar estrategias que ayuden a mitigar el impacto causado por la pandemia.

Luego del anuncio de la propagación del COVID-19 y el primer caso confirmado por el Ministerio de Salud en el mes marzo del 2020 en Colombia, la industria Turística y Hotelera empezó a presentar los primeros efectos económicos y sociales de la pandemia con una pérdida económica de 140.000 millones de pesos, por efecto de cancelaciones, tanto de reservas de alojamiento como de eventos en el periodo del 7 al 15 de marzo de 2020 (Cotelco, 2020). Posteriormente, tras la propagación del COVID-19 a nivel mundial, el turismo sufrió la mayor crisis registrada en el 2020 tras una emergencia sanitaria, social y económica sin precedentes en medio del estallido de la pandemia, lo cual obligó a diferentes gobiernos, empresas y sectores económicos a tomar medidas estrictas como pruebas obligatorias, cuarentenas, cierre completo de fronteras, lo que dificultó la reanudación de los viajes internacionales y la reactivación economía local de cada país OMT (Organización Mundial del Turismo).

La industria turística debe enfrentar grandes desafíos debido a que actualmente se encuentra en una crisis económica y luego de la pandemia no será lo mismo, produciendo un gran impacto en la economía global originando así una época de incertidumbre y soluciones condicionadas según como cada país realice el manejo de la crisis sanitaria debido a que continúa siendo afectada por las reactivaciones temporales.

En Colombia, el sector del turismo es una de las claves para el crecimiento del país; denominado “el nuevo petróleo” debido a que es un gran generador de empleo, oportunidades e inversión (Portafolio, 2018). Para el año 2020 el país esperaba alrededor de 5 millones de visitantes extranjeros, y se han visto afectados 150 mil empleos y pérdidas reportadas por ANATO de casi el 80% (Caracol Radio, 2020).

Por otra parte, Bogotá es considerada una de las ciudades de Colombia con los mayores índices de turismo, pero con la llegada del COVID -19, los casos de contagiados aumentaron indiscriminadamente afectando épocas como semana santa y vacaciones de mediados de año, en el cual hay un gran movimiento en el sector turismo en la capital colombiana, siendo totalmente importante el establecer estrategias luego de las medidas de aislamiento preventivo obligatorio.

El observatorio de Turismo (OBT) del Instituto Distrital de Turismo realizó una investigación con el fin de evidenciar el nivel de afectación económica en las diferentes actividades turísticas generadas por la pandemia. Este estudio se realizó en 13 Tipos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) como fueron Agencias de Viajes, Arrendadores de Vehículos, Tiempos Compartidos, Transporte Automotor, Alojamiento, gastronomía, guías turísticos, oficinas de representación turística, OPC, parques temáticos, viviendas turísticas y hospedaje turístico de larga estadía, donde se observa que una de las consecuencias que generó más impacto, fue el cierre temporal de los establecimientos y aumento en el desempleo (Instituto Distrital de Turismo, 2020).

Sin duda alguna el sector turismo enfrenta la peor crisis de su historia, la cual se ve reflejada en las cifras de caída en la industria, haciendo así que se generen planes de activación para la apertura de diversas actividades que otorguen al visitante seguridad, confianza y confort; lo cual lleva a preguntar ¿Cuáles son las estrategias sostenibles

para afrontar el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo en la ciudad de Bogotá?

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Evaluar el impacto que ha generado el COVID-19 en el turismo de la Ciudad de Bogotá (Colombia), generando estrategias que ayuden a afrontar la situación actual de manera sostenible.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo en la Ciudad de Bogotá, por medio de conceptos y metodologías aplicables.
- Proponer lineamientos sostenibles para el sector turismo en la ciudad de Bogotá, que permitan mejoras en términos de confianza y experiencia.
- Validar los lineamientos propuestos por medio de un experto en el sector turismo.

## 4 JUSTIFICACIÓN

La pandemia por el COVID-19 se ha convertido en uno de los mayores desafíos que ha enfrentado la humanidad en los últimos años, no solo el sector salud se ha encontrado con múltiples retos para garantizar tratamiento a las miles de personas contagiadas y que día a día llegan a las instituciones de salud en busca de una solución a una enfermedad que ha tomado por sorpresa a la humanidad, sino que todos los sectores de la economía de una u otra forma han visto afectadas sus operaciones por las múltiples restricciones que han tomado los gobiernos con el fin de contener el virus.

La búsqueda de acciones que ayuden a disminuir la velocidad de propagación de la enfermedad ha llevado a países enteros a entrar en confinamientos estrictos, cierre de aeropuertos, terminales terrestres y marítimos, control de aforo en el comercio, e implementación de protocolos de bioseguridad que han hecho más difícil las actividades diarias de todos los sectores económicos.

El sector turístico no ha sido ajeno a esta problemática, de hecho, es uno de los más afectados por el llamado a toda la población a mantener acciones de protección y prevención, entre las cuales se ha visto la necesidad de cancelar eventos masivos, conciertos, justas deportivas, conferencias y exposiciones, cierre de atracciones turísticas, museos, teatros, entre otras, y por consiguiente, las actividades realizadas alrededor de estas, gastronomía, hotelería y transporte también han sentido el impacto. Lo anterior toma una importancia especial entendiendo que, según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes del planeta, representando el 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios, generando 1 de cada 11 empleos y el 10% del PIB mundial” (Pulido & Cabello, 2020); en Colombia el sector de comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida fue el que más incidió para que la economía creciera un 3,3 % en el 2019 (Pulido & Cabello, 2020). Con lo anterior se evidencia que el golpe al sector turístico afecta directamente la columna vertebral económica en Colombia, y, por consiguiente, miles de personas que dependen del mismo.

La ciudad de Bogotá al ser la capital de Colombia, y con la mayor concentración de población ha sido una de las ciudades más afectadas, reportando las cifras más altas tanto de contagios como de fallecidos a nivel nacional. Al cierre de enero de 2021, la capital de la república reportaba más de 600.000 personas contagiadas (Instituto Distrital de Turismo, 2020). Al hablar del impacto del sector turístico, tan solo en el mes de marzo de 2020 las reservas ya habían disminuido en promedio, durante los primeros 15 días de ese periodo, en un 69,33% en relación con los mismos días del mes de febrero (Instituto Distrital de Turismo, 2020). Las cancelaciones de reservas en el mes de febrero habían sido del 33,0% y para los primeros 15 días del mes de marzo ya eran del 69,1% (Instituto Distrital de Turismo, 2020); en cuanto a las ventas, durante los primeros 15 días de marzo, ya habían caído en 48,3% en promedio valores registrados cuando la pandemia apenas estaba iniciando en la ciudad (Instituto Distrital de Turismo, 2020).

Los diferentes segmentos del turismo en la ciudad de Bogotá acumulan pérdidas en el primer semestre de 2020, estimadas en: USD 72,94 millones en alojamiento, USD 181,16 millones en alimentos, USD 175,75 millones en transporte interno, USD 72,23 millones servicios culturales y recreación y USD 66,83 millones en compras (Instituto Distrital de Turismo, 2020). Por otro lado, hasta marzo de 2020 se registra una pérdida de 19.115 puestos de trabajo equivalente al 44% de los empleos que brindaba la industria en la ciudad de Bogotá (Instituto Distrital de Turismo, 2020).

Se han identificado tres puntos críticos dentro del sector turístico y su afectación por la pandemia del COVID-19, los cuales se presentan a continuación:

- Debido a las múltiples afectaciones reportadas por el sector objeto de estudio, se debe considerar cual es el panorama actual y real del mismo frente al comportamiento de la pandemia a través de un diagnóstico del impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo en la Ciudad de Bogotá.
- El entendimiento de los efectos de la pandemia debe llevar a las organizaciones adscritas al sector turístico de la ciudad de Bogotá a plantear

lineamientos sostenibles que permitan mejoras en términos de confianza y experiencia de los clientes.

- Es importante que los expertos en el sector lideren y participen diferentes escenarios de opinión pública, de tal forma que se logre unificar esfuerzos que faciliten la recuperación del negocio en términos económicos y su adaptabilidad a la nueva normalidad.

Es de vital importancia para la economía nacional y distrital el entendimiento cuantitativo y cualitativo de la situación actual del sector turístico en Bogotá, Colombia, así como el apoyo de todas las investigaciones relacionadas con el impacto de la pandemia por el COVID-19 y las acciones que puedan diseñarse para reactivar el sector de una manera segura y sostenible. Es por esto, que este proyecto busca evaluar el impacto del COVID-19 en el turismo de la Ciudad de Bogotá (Colombia), generando estrategias que ayuden a afrontar la situación actual de manera sostenible.

## 5 MARCO TEÓRICO

### 5.1 Coronavirus

El coronavirus está catalogado como un grupo de virus que causan enfermedades que van desde un resfriado común, hasta neumonías, síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y síndromes respiratorios agudos graves (SARS) (Salud de Bupa, 2020). Estos virus surgen periódicamente en todas las áreas del mundo, generando enfermedades leves, moderadas o graves. Según la organización mundial de la salud, el nuevo Coronavirus (COVID-19), se encuentra clasificado como una emergencia sanitaria pública mundial (Ministerio de Salud, 2021).

La aparición del nuevo Coronavirus (SARS-CoV-2) se dio en un mercado de mariscos situado en una ciudad de China llamada Wuhan, donde por medio de análisis y estudios, se encontró que es el séptimo Coronavirus capaz de infectar a humanos (Instituto de Salud Carlos III, 2020).

El SARS-CoV-2 guarda similitudes con los otros coronavirus conocidos, pero no es exactamente igual. Su hallazgo se suma a cuatro coronavirus endémicos, conocidos hace tiempo y causantes del 20% de los resfriados comunes, y a dos coronavirus epidémicos aparecidos este siglo: el relacionado con el síndrome respiratorio severo agudo (SARS-CoV), descubierto en 2003, y el relacionado con el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV), aparecido en 2012 (Instituto de Salud Carlos III, 2020).

Aun no se sabe con exactitud de donde proviene el SARS-CoV-2, pero diversas investigaciones han arrojado que es muy probable que su origen se animal y los principales sospechosos son el murciélago o el pangolín y que su transferencia se dio de forma zoonótica (transmisión del animal al hombre) (Instituto de Salud Carlos III, 2020).

El primer caso registrado a nivel mundial se dio el 01 de diciembre del 2019 en el Hospital de Wuhan, con el cual se logró identificar y caracterizar el agente etiológico (Instituto de Salud Carlos III, 2020), y desde ese momento empezaron los contagios y se estableció la emergencia sanitaria que afecto de manera crítica a todo el mundo.

A ciencia cierta, no se conoce que tan intensa puede llegar a ser la transmisión de este virus, pero la infección y el contagio se producen cuando una persona que posee el virus, tose o estornuda y expulsa partículas que entran en contacto con las personas con las cuales tiene contacto estrecho (Ministerio de Salud, 2020).

Los principales síntomas del SARS-CoV-2 incluyen:

- Síntomas respiratorios (similares a los de un resfriado).
- Fiebre.
- Tos seca.
- Cansancio.
- Dificultades respiratorias.

En casos más complejos, se puede presentar neumonía o SRAS, insuficiencia renal y llegar hasta la muerte. También existen casos donde la persona infectada no presenta ninguna sintomatología, pero aun así son transmisores del virus (Salud de Bupa, 2020).

Según el ministerio de salud al 21 de febrero de 2021, a nivel mundial se tienen 111.268.162 casos confirmados, 2.464.019 muertes y 62.746.462 recuperados del virus (Ministerio de Salud, 2021).

Para el caso de Colombia, en la figura 1 se logra observar que cuenta con 2.226.262 casos confirmados, 40.300 casos activos, 58.834 muertes y 2.120.366 recuperados. Bogotá, por ser una de las ciudades más importantes de Colombia, cuenta con el mayor número de contagiados (650.932), desde que se identificó el primer caso el 06 de marzo del 2020 (Ministerio de Salud, 2021).

## Gráfica 1. Casos Coronavirus Colombia



Fuente: Reporte situación actual (COVID-19) (Ministerio de Salud, 2021)

Con el fin de mitigar un poco el impacto que ha generado el Virus a nivel mundial, se ha optado por establecer estrategias de bioseguridad que incluye (Salud de Bupa, 2020):

- Evitar tener contacto con personas enfermas.
- Evitar tocarse la cara (boca, nariz y ojos).
- Distanciamiento social (2 metros).
- Lavar frecuentemente las manos.
- Uso adecuado del tapabocas (cubrir nariz y boca).

- Aislamiento preventivo si presenta síntomas.

## 5.2 Turismo

El término de turismo ha sido construido a través de la historia por diferentes eventos e interpretaciones que han influido en su composición y conceptualización, por un lado, Morillo (2011, p. 141) argumenta que el turismo “es un concepto impreciso, producto de su carácter interdisciplinario” el cual puede ser amalgamado conforme al campo del conocimiento, no obstante, también considera que puede ser “El conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socio económicos, políticos, culturales y jurídicos” que influyen en varias disciplinas.

Así mismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y las Naciones Unidas (2010, p.15) determina en el año 1937 en el Consejo de la Liga de Naciones que para efectos estadísticos se establece el concepto de “turista internacional” para obtener la medición de ingresos de personas extranjeras a territorio soberano y de ahí fijar definiciones como “visitante”, “turista” y “excursionista” como directrices provisionales de estadística de turismo internacional en 1978, en la Conferencia de las Naciones Unidas y el Grupo de análisis de Expertos de las Naciones Unidas en Estadística de los Viajes Internacionales.

Por otro lado, la OMT dentro de los estatutos de 1970, determinaron que el Turismo “es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual para fines personales, comerciales o profesionales (Castañeda, 2019). Estas personas se llaman visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican gastos de turismo.” Lo anterior, permitió identificar la importancia y conciencia del turismo como una actividad económica y social que influía a procesos estadísticos nacionales e internacionales, por esta razón en 1980 la OMT junto con la División de Estadística de las Naciones Unidas desarrollaron dos objetivos orientados al estudio del turismo como medio compatible y coherentes de sistemas estadísticos, y a la incorporación del turismo como marco analítico de cuentas nacionales.

En el informe desarrollado en 1983 por la OMT en la quinta Asamblea General subrayó la importancia del turismo en las recomendaciones de las cuentas nacionales como un método uniforme y global de medición y comparación de actores económicos, lo cual también permitiría generar un sistema de datos relacionados con el turismo integrado al sistema de cuentas nacionales; una vez aprobadas en 1993 por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas y la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT) determinaron los fundamentos del sistema de estadística en términos de conceptos, definiciones, clasificaciones e indicadores, adoptando programas estadísticos y comités de seguimientos de la regulación del marco conceptual y la adecuada medición del turismo en comparación a otras actividades sociales y económicas (Castañeda, 2019).

De esta manera, según las Naciones Unidas y la OMT, el turismo se convierte en un medio que permite comprender la actividad de los viajeros, quienes viajan entre dos lugares distintos por motivo de ocio, negocios u otros fines personales distintos al de su entorno habitual, adicionalmente, estos viajes pueden ser clasificados como: viajes internos siendo efectuados por residentes que realizan un viaje dentro del mismo país; viajes receptores realizados por no residentes a un país; y viajes emisores realizados fuera de un país por sus residentes. (Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo, 2010)

De esta manera, para el año 2019, el Ministerio de Industria y Turismo de Colombia, reportó que el turismo había aportado de manera significativa a la económica colombiana obteniendo un crecimiento del PIB de 3,3%, como resultado a los esfuerzos de convertir a Colombia en un destino competitivo, en donde los indicadores de turismo lograron registrar el ingreso de 4'515.932 personas visitantes no residentes que llegaron al país, un incremento en los ingresos de las agencias de viajes y hoteles en un 3,7% y 10.6% respectivamente, 17 nuevas rutas aéreas y 39 nuevas frecuencias con conectividad internacional, y movilización de pasajeros nacional e internacionalmente con un total de 41,2 millones de pasajeros de flujo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Adicionalmente, el turismo permitió identificar que los resultados expuestos por el Viceministerio de Turismo correspondían a viajeros provenientes de Estados Unidos con una participación del 22%, y visitantes provenientes de otros lugares como Perú y Francia participando en un 19% y 12% respectivamente, y de manera análoga, poder reconocer aquellos destinos preferentes como San Andrés con un nivel de ocupación de 82.05%, Cartagena con 68.99%, Santa Marta con 66.15% y la capital de Colombia, Bogotá, logrando una ocupación hotelera de 51.99% para el resultado final del 2019 (Cotelco, 2020).

Dado estos resultados, el turismo permite evidenciar que las distintas argumentaciones conceptuales planteadas por organismos oficiales o expertos de turismos, explican que su definición es conformada por la diversidad de perspectivas o visiones que existen alrededor desde el enfoque del cual sea considerado, del mismo modo, Castañeda E. argumenta que el turismo también puede ser llamado derecho al turismo de todas las personas dado a su asociación al derecho al descanso, disfrute del tiempo libre y vacaciones pagadas, en donde su actividad económica involucra beneficios como la representación de un empleo y a la posibilidad económica de viajar y disfrutar del tiempo libre y de las riquezas del mundo. (Castañeda, 2019)

Para Gustavo Adolfo Toro, presidente ejecutivo de Cotelco, el turismo incorpora indicadores relevantes, que vista desde los esfuerzos del desarrollo de una demanda interna de servicios turísticos, puede impulsar al sector del turismo siendo un generador de empleo, puesto que cuando crece la hotelería, se generan mayores oportunidades y desarrollo económico en las regiones (Cotelco, 2020). De este modo, Bogotá para el trimestre móvil de octubre a diciembre del 2019 registro una tasa de desempleo de 9.9% en donde el comercio, hoteles y restaurantes se destacaron por aumentar su participación en el mercado laboral con un 0,1 punto de los 81.682 nuevos empleos en la capital (Rincon, 2020).

Sin embargo, también es válido considerar que el turismo no solo aborda hechos socio económicos, políticos y jurídicos puesto que también involucra un concepto más humanístico desde sus orígenes, el cual surge por el hecho de ser seres humanos, se cuenta con el derecho al tiempo libre sin importar las posibilidades económicas para

hacerlo efectivo y a la trazabilidad del uso de los servicios turísticos, puesto que el concepto de turismo girar en la experiencia del visitante, en los desplazamientos de ida y vuelta y el sentido que adquiere para el viajero el experimentar un viaje determinado (Castañeda, 2019).

## **6 METODOLOGÍA GENERAL O DE PRIMER NIVEL**

### **6.1.1 Enfoque, diseño de la investigación y alcance o tipo de estudio**

El enfoque de la investigación se basará en una metodología cuantitativa, ya que se planteará un problema de estudio concreto y delimitado, se realizará una revisión de la literatura existente para construir un marco teórico, se definirá una serie de variables a evaluar y así obtener resultados con la recolección y el análisis de datos por medio de métodos estadísticos (Universidad de Jaén, 2021).

El diseño de la investigación se clasifica en experimental y no experimental, para este caso, se usará el diseño no experimental, se llevará a cabo sin manipular deliberadamente variables, y solo se observarán los determinados fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizados, adicionalmente será un diseño trasversal dado que los datos serán recolectados en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado (Hernandez Sanchez & Rojas Fierro, 2004).

Para la investigación, se utilizará un tipo de estudio descriptivo, considerando que se realizará un diseño, una creación de preguntas y un análisis de datos. Se recopilará información cuantificable para luego ser utilizada en el análisis estadístico de la muestra de la población, cabe aclarar que ninguna de las variables está influenciada de ninguna manera, debido a que utiliza métodos de observación para llevar a cabo el estudio, por esto la naturaleza de las variables o su comportamiento no está en manos de los investigadores (QuestionPro, 2021).

## **6.2 Definición de variables**

### **6.2.1 Definición conceptual y operacional**

Ahora bien, teniendo en cuenta aquellas variables relevantes para la investigación, en la tabla 1, se presenta una matriz comparativa entre las definiciones conceptuales y operacionales en cuestión.

**Tabla 1. Matriz de definiciones conceptuales y operacionales**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
<p><b>Casos Confirmados de Coronavirus en la Ciudad de Bogotá (COVID-19)</b></p>	<p>Según el Ministerio de Salud (2021), El nuevo Coronavirus (COVID-19) ha sido catalogado por la Organización Mundial de la Salud como una emergencia en salud pública de importancia internacional (ESPII). La infección se produce cuando una persona enferma tose o estornuda y expulsa partículas del virus que entran en contacto con otras personas y surgen periódicamente en diferentes áreas del mundo causando Infección Respiratoria Aguda (IRA), es decir gripa, que puede llegar a ser leve, moderada o grave (Ministerio de Salud, 2021).</p>	<p>Es posible dar seguimiento a los casos confirmados de COVID-19, mediante el Reporte Saluddata emitido por el Observatorio de Salud de Bogotá (Salud Capital, 2021).</p>
<p><b>Motivo de viaje</b></p>	<p>Corresponde a corrientes de turistas que se desplazan a nivel mundial con el objetivo de tener nuevas experiencias en diferentes ámbitos de la vida como ocio, convenciones, salud, cultura, entre otras (MINCIT &amp; CITUR, 2021).</p>	<p>Es posible estudiar el flujo turístico, mediante la pregunta número 10 de la encuesta de la presente investigación.</p>
	<p>Son alojamientos turísticos los albergues, campamentos,</p>	

<p><b>Tipo de alojamiento</b></p>	<p>bungalows, apartamentos o establecimientos similares, destinados a proporcionar habitación o residencia a las personas, en épocas, zonas o similares turísticas. No alterará la naturaleza del alojamiento el que la actividad se realice de modo temporal o permanente” (CEUPE, 2021).</p>	<p>Es posible determinar la preferencia según el tipo de alojamiento mediante la pregunta 11 de la encuesta de la presente investigación.</p>
<p><b>Percepción de Confianza</b></p>	<p>La confianza provee de seguridad emocional al turista, ya que lleva a una de las partes de la relación a creer que la otra parte actuará con responsabilidad y esa seguridad será mayor cuanto más positivas sean las emociones que el destino turístico despierte en el consumidor (Figueroa Serrano &amp; Raff Aranda, 2008).</p>	<p>Es posible determinar las estrategias que generan confianza al turista mediante la pregunta 8 de la encuesta de la presente investigación.</p>
<p><b>Medios de Transporte</b></p>	<p>Los medios de transporte permiten al turista desplazarse desde su lugar de origen al lugar de destino, cuya finalidad es disfrutar del atractivo que motivó el viaje. Estos medios de transportación permiten el acceso al punto de destino, y pueden ser acuáticos,</p>	<p>Es posible determinar el medio de transporte preferido para movilizarse hacia la Ciudad de Bogotá mediante la pregunta 12 de la encuesta de la presente investigación.</p>

	terrestres, aéreos o espaciales (Baca, 2013).	
--	--	--

*Fuente: Comparación conceptual y operacional de las variables de la investigación  
(Elaboración Propia)*

### **6.3 Población y muestra**

El tipo de muestreo elegido para esta investigación es un muestreo no probabilístico por conveniencia, entendiendo que los muestreos no probabilísticos son técnicas no aleatorias en las cuales el investigador elige a su criterio y/o conveniencia los elementos que conformarán la muestra. (Corral, Corral, & Franco Corral, 2015)

La facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas hacen parte del criterio de selección de la muestra, este tipo de muestreo es de rápida recolección de datos, debido a la disponibilidad de los elementos que conformarán la muestra, es económico con relación a otras técnicas de recolección de información, y generalmente, es representativo para inferir sobre la población de objeto de estudio. (Corral, Corral, & Franco Corral, 2015)

Para este caso, se tomará una muestra de 50 personas de un rango entre 16 a 70 años, entre hombres y mujeres de diferentes estratos sociales y profesiones. Las encuestas diseñadas serán enviadas de manera virtual a la muestra seleccionada y las respuestas serán almacenadas y analizadas mediante la herramienta "Google Forms".

## **7 METODOLOGÍA PARTICULAR O DE SEGUNDO NIVEL**

### **7.1 Selección de métodos o instrumentos para recolección de información**

Para determinar las estrategias sostenibles que permitan afrontar el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo en la ciudad de Bogotá, es necesario definir la técnica para la obtención de datos como son observaciones, encuestas, entrevistas o discusiones grupales, y por otra parte determinar el tipo de instrumento para emplear en esta recolección el cual debe ser confiable, valido y objetivo, como guiones de observación, cuestionario, guías de entrevista y discusiones grupales que permitan una mejor medición de las variables sobresalientes en el presente estudio y de esta manera alcanzar los objetivos planteados.

Teniendo en cuenta los términos anteriormente relacionados a continuación una breve definición de los mismos:

La confiabilidad de un instrumento de medición describe el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales; la validez en cambio define el grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir y por último la objetividad determina el grado en que éste es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador o investigadores que lo administran, califican e interpretan (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, Méndez Valencia, & Mendoza Torres, 2014).

Por ello se establece como técnica de obtención de datos las encuestas siendo de las más usadas para obtener información de las personas (Bernal Torres, 2010), la cual se basa en un cuestionario, que permite por medio de una serie de preguntas obtener de manera cuantitativa la medición de las variables a través de un proceso estadístico de manera uniforme para su posterior análisis.

### **7.2 Medición de Variables**

La medición de las diferentes variables se llevó a cabo mediante una encuesta realizada a una muestra de 203 personas; al inicio de la investigación se tenía una propuesta de que la muestra a tomar seria de 50 personas encuestas, pero se obtuvo una alta participación y se logró alcanzar un total de 203.

A continuación, se encuentra la encuesta realizada a la muestra:

**“Investigación impacto COVID -19 en el turismo de la ciudad de Bogotá”**

1. Edad: (Respuesta libre)
2. Género: (Respuesta libre)
3. Estado civil: (única respuesta)
  - Soltero/a
  - Casado/a
  - Unión libre o unión de hecho
  - Separado/a
  - Divorciado/a
  - Viudo/a
4. Ocupación: (Selección múltiple)
  - Estudiante
  - Técnico
  - Tecnólogo
  - Profesional
  - Especialista
  - Independiente / Propietario
  - Empleado
  - Otro ¿Cuál?
5. ¿Usted pertenece al gremio del turismo? (única respuesta)
  - Si \_\_\_\_\_
  - No
6. Ciudad de residencia: (Respuesta libre)
7. ¿Con quién o quiénes convive? (Selección múltiple)
  - Solo
  - Pareja
  - Hijo/s
  - Padres
  - Hermanos
  - Abuelos
  - Roomates y/o compañero de piso
  - Otro ¿Cuál?

8. ¿Siente usted confianza para llevar a cabo actividades de turismo actualmente con las siguientes estrategias en Bogotá? (Selección múltiple)
- Protocolos de Bioseguridad
  - Certificaciones de limpieza y desinfección (Check-in bioseguro)
  - Capacidad máxima de aforo
  - Previas reservaciones
  - Reducción de impuestos locales, productos y/ servicios.
  - Flexibilidad en las condiciones de actividad de turismo. (Horario de vuelos, ingreso temprano y salida tardía, entre otros)
  - Seguridad Contactless (sin contacto)
  - Otro ¿Cuál?
9. ¿Qué medida de prevención utiliza o utilizaría previamente a realizar actividades de turismo en Bogotá? (Selección múltiple)
- Consulta a su médico de confianza su estado de salud.
  - Se realiza la prueba COVID -19.
  - Consulta previamente las medidas de bioseguridad del alojamiento del destino.
  - Consulta los números de casos positivos en el destino.
  - Seguimiento a la app Coronapp
  - Otro ¿Cuál?
10. ¿Cuáles son sus principales motivos para hacer turismo en la ciudad de Bogotá? (Selección múltiple)
- Ocio (Tiempo libre para viajar)
  - Salud
  - Trabajo y reuniones
  - Estudios
  - Eventos
  - Deporte
  - Otro ¿Cuál?
11. ¿Dónde suele alojarse en sus actividades de turismo en Bogotá? (Selección múltiple)
- Hotel, apartahoteles y/o hostales.
  - Airbnb.
  - Alojamientos de familiares y/o amigos.
  - Alojamientos propios.
  - Otro ¿Cuál?

12. ¿Cuál es su medio de transporte preferido para movilizarse hacia la ciudad de Bogotá al planear actividades de turismo? (Selección múltiple)

- Automóvil propio y/o familiares
- Motocicleta
- Avión
- Bus nacional o intermunicipal
- Renta un automóvil
- Servicios especiales
- Otro ¿Cuál?

13. Considera que debe crearse nuevas estrategias que ayuden a afrontar la situación actual del turismo de manera sostenible. (única respuesta)

- Si
- No
- Si su respuesta fue si ¿Cuál?

14. Se ha visto afectado por el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo. (única respuesta)

- Si
- No
- Si su respuesta fue si ¿Cómo?

15. Tiene planeado hacer actividades de turismo en: (única respuesta)

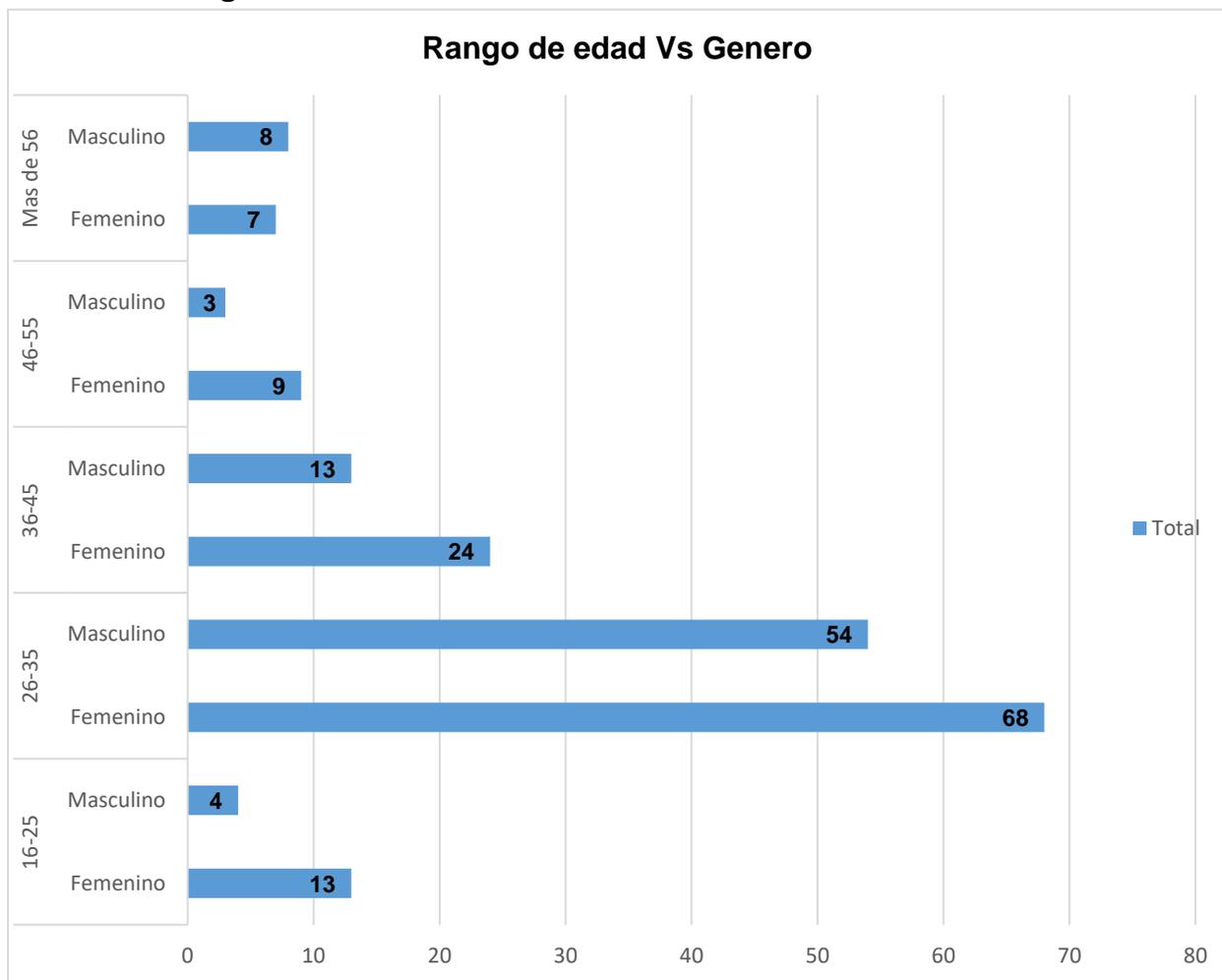
- El próximo mes.
- De 3 a 6 meses.
- De 6 meses a un año.
- Mayor a un año.
- No tiene planeado.

## 8 ANÁLISIS DE RESULTADOS

La muestra tomada para la presente investigación, abarcó un total de 82 hombres y 121 mujeres entre los siguientes rangos de edad:

- Entre 16 y 25.
- Entre 26 y 35.
- Entre 36 y 45.
- Entre 46 y 55.
- Más de 56.

**Gráfica 2. Rango de edad VS Genero de la muestra tomada**

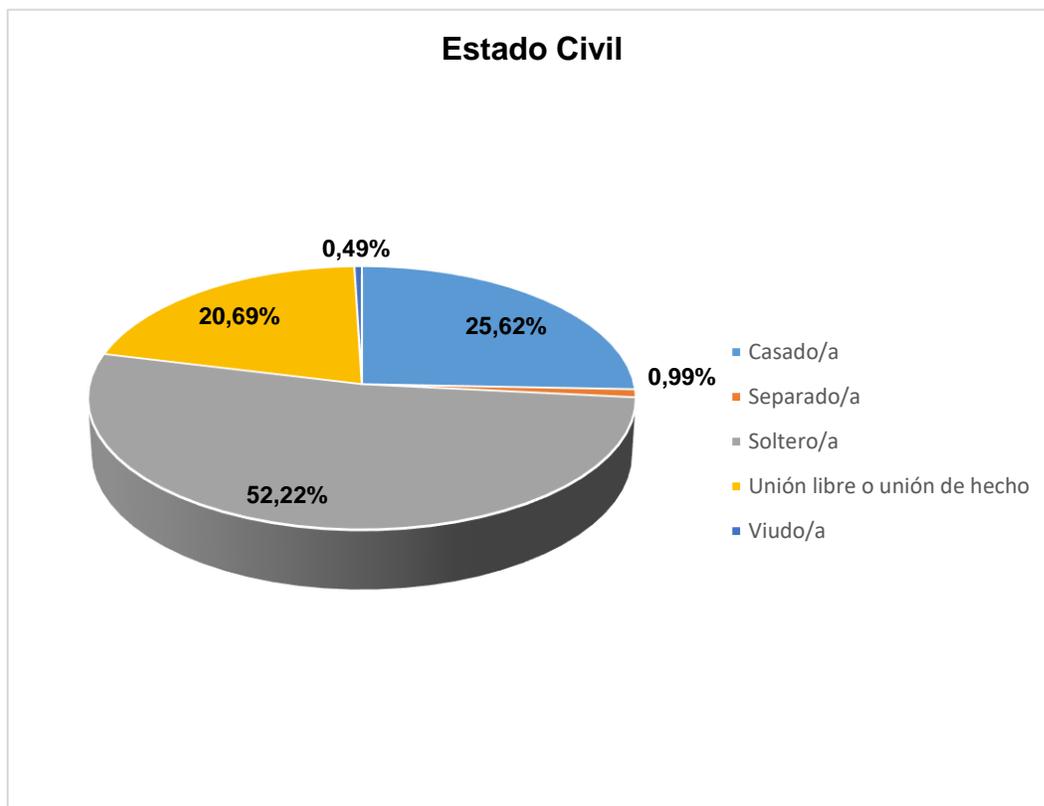


*Fuente: (Elaboración Propia)*

Como se puede observar en la **Gráfica 2**, la mayor participación de personas en la encuesta realizada, fue entre el rango de edad de 26 a 35 años con un total de 122 participantes, de los cuales 68 fueron personas del género femenino y 54 del masculino.

Del total de los participantes de la encuesta, se logró determinar que más de la mitad de los encuestados fueron personas solteras, seguido de personas casadas y personas que se encuentran en unión libre o de hecho, tal y como se observa en la **Gráfica 3**.

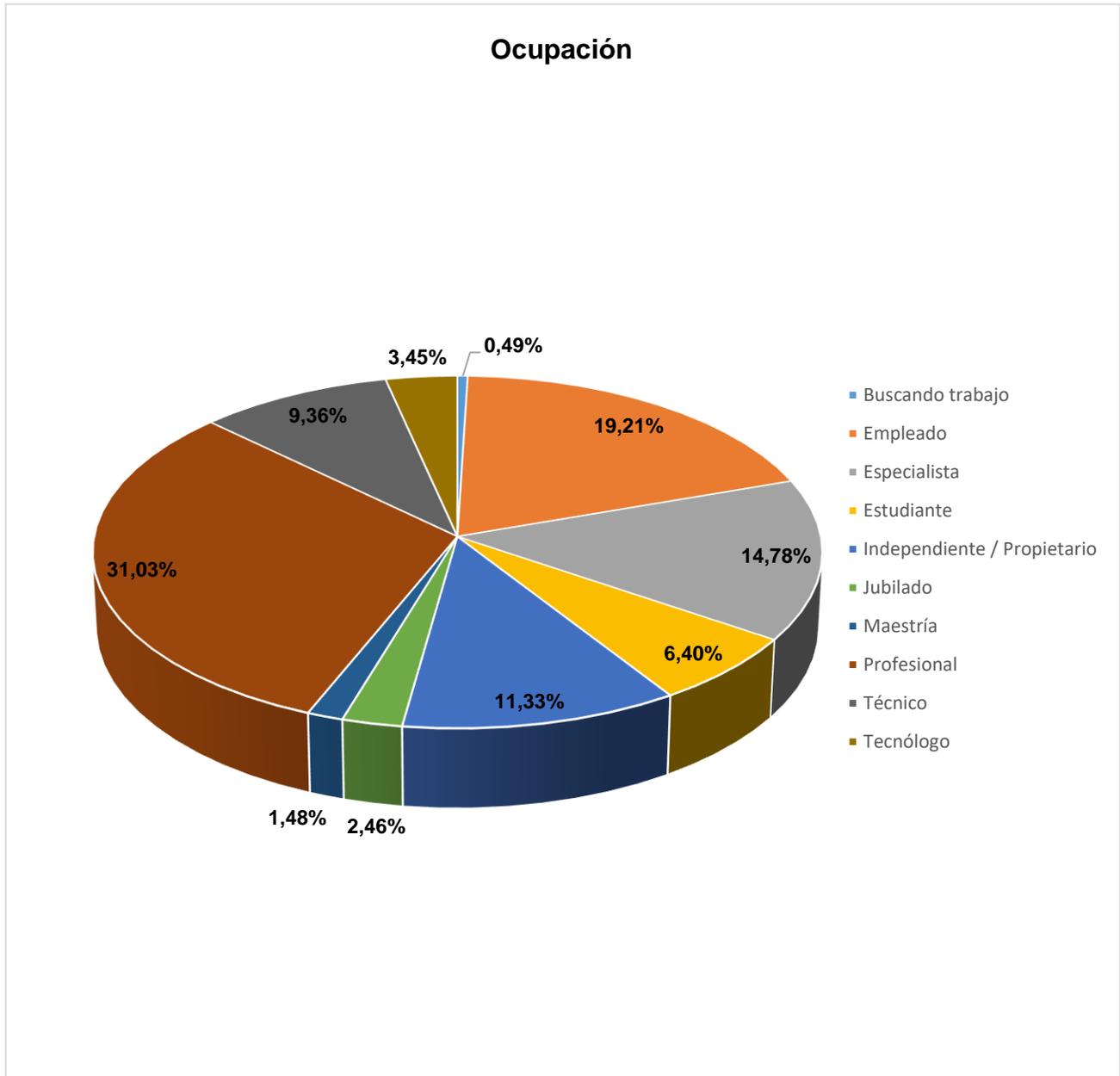
**Gráfica 3. Estado Civil de la muestra tomada**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

También se logró determinar que la mayor participación de los encuestados, posee una ocupación de estudiantes (pregrado), seguido por empleados y posteriormente por especialistas, como se muestra a continuación en la **Gráfica 4**.

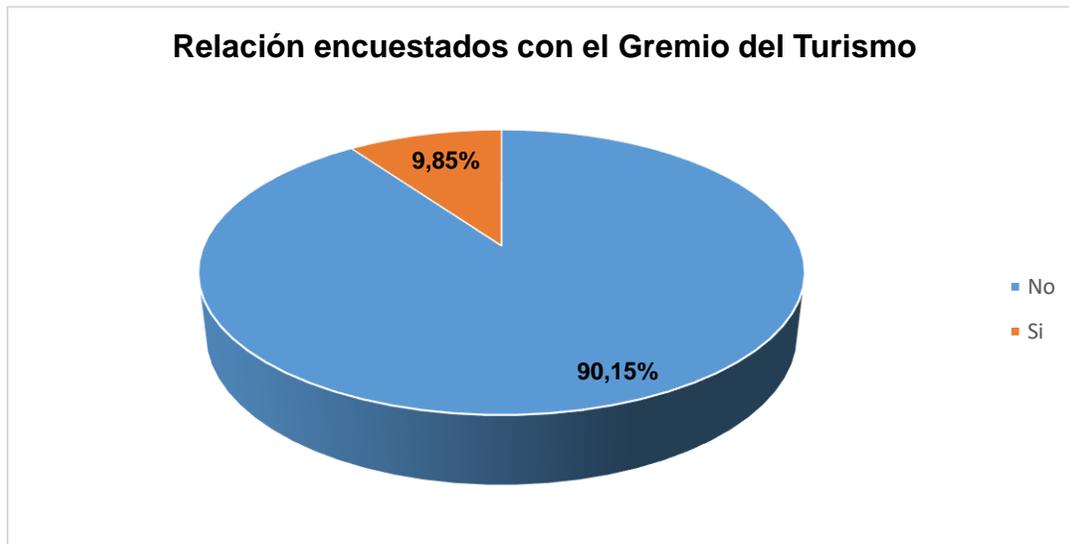
**Gráfica 4. Ocupación de la muestra tomada**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

Por medio de la encuesta, se logró obtener resultados de personas que tienen y no tienen relación con el gremio del turismo, y de esta manera, poder conocer las diferentes perspectivas de la situación actual en la ciudad de Bogotá generada por el Covid-19. Con esto, del total de los encuestados, se encontró que el 9.85 % (20 personas) tienen relación con el gremio del turismo (Ver **Gráfica 5**).

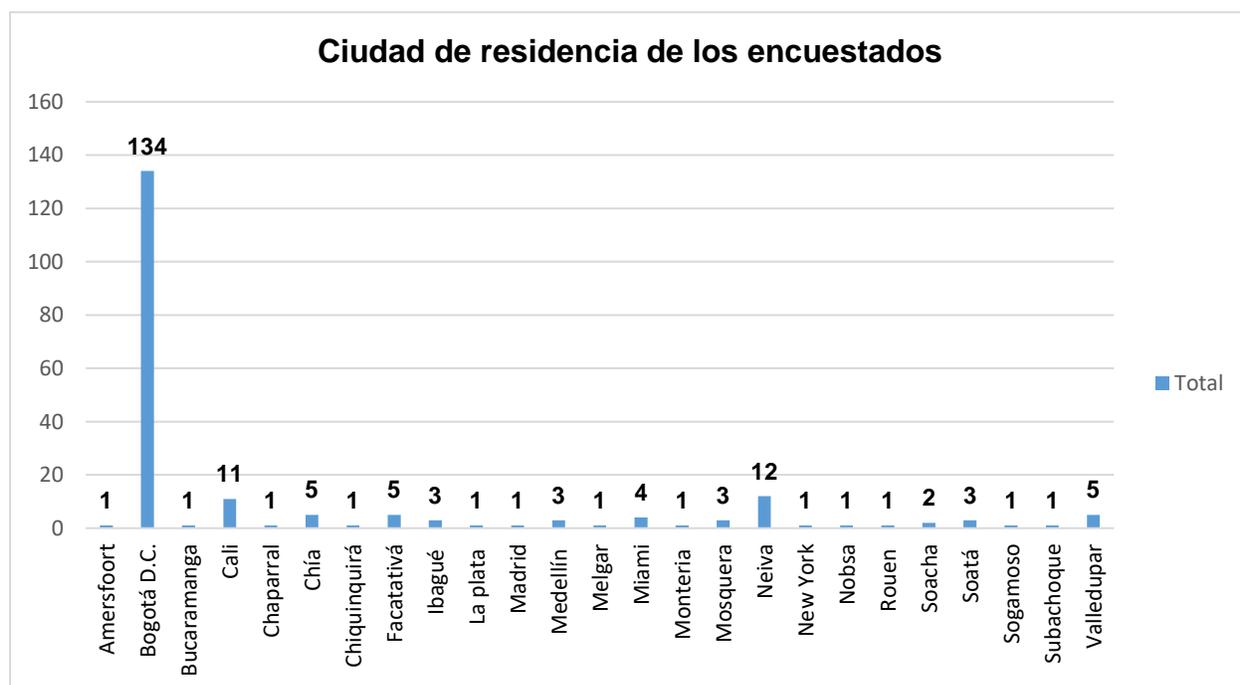
**Gráfica 5. Relación encuestados con el Gremio del Turismo**



Fuente: (Elaboración Propia)

Debido a que la encuesta se realizó por medio de la herramienta Google Forms, se logró obtener datos de varias regiones de Colombia (196 encuestas) y datos a nivel internacional (7 encuestas) como se visualiza en la **Gráfica 6**.

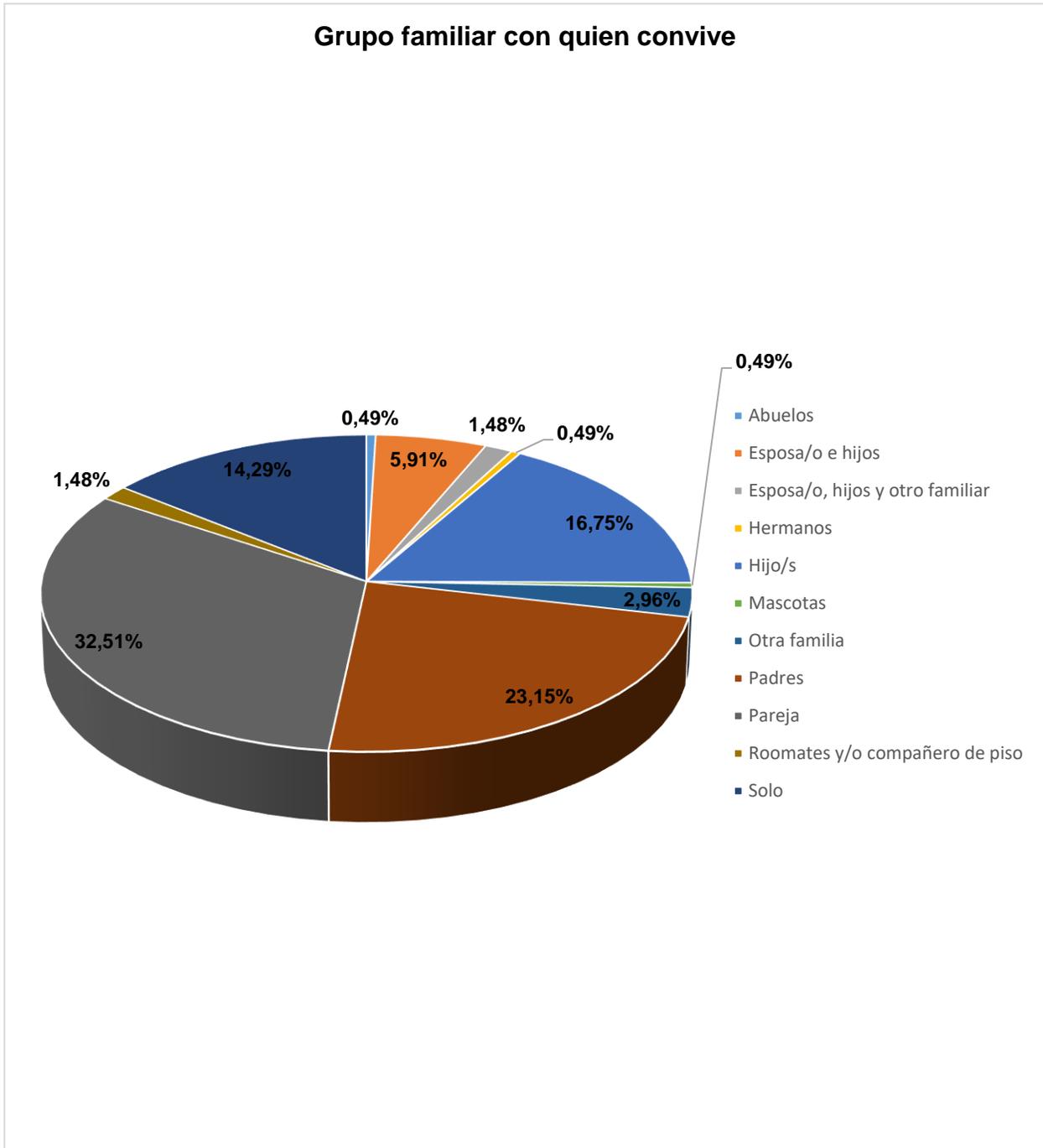
**Gráfica 6. Ciudad de residencia de los encuestados**



Fuente: (Elaboración Propia)

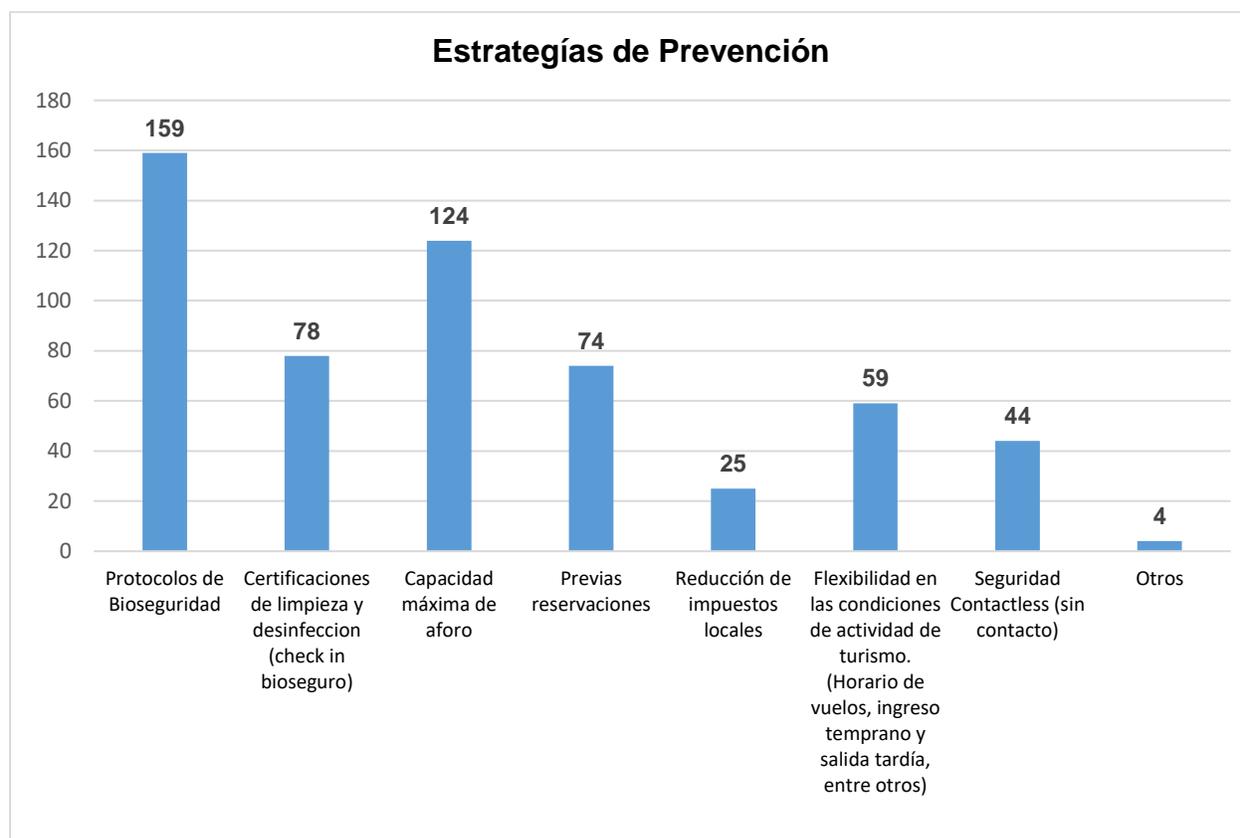
Así mismo, se logró determinar que la gran parte de los encuestados viven con su respectiva pareja (32.51%), con sus padres (23.15%) o con sus hijos (16.75%) tal y como se puede observar en la **Gráfica 7**.

**Gráfica 7. Grupo familiar con quien convive los encuestados**



Fuente: (Elaboración Propia)

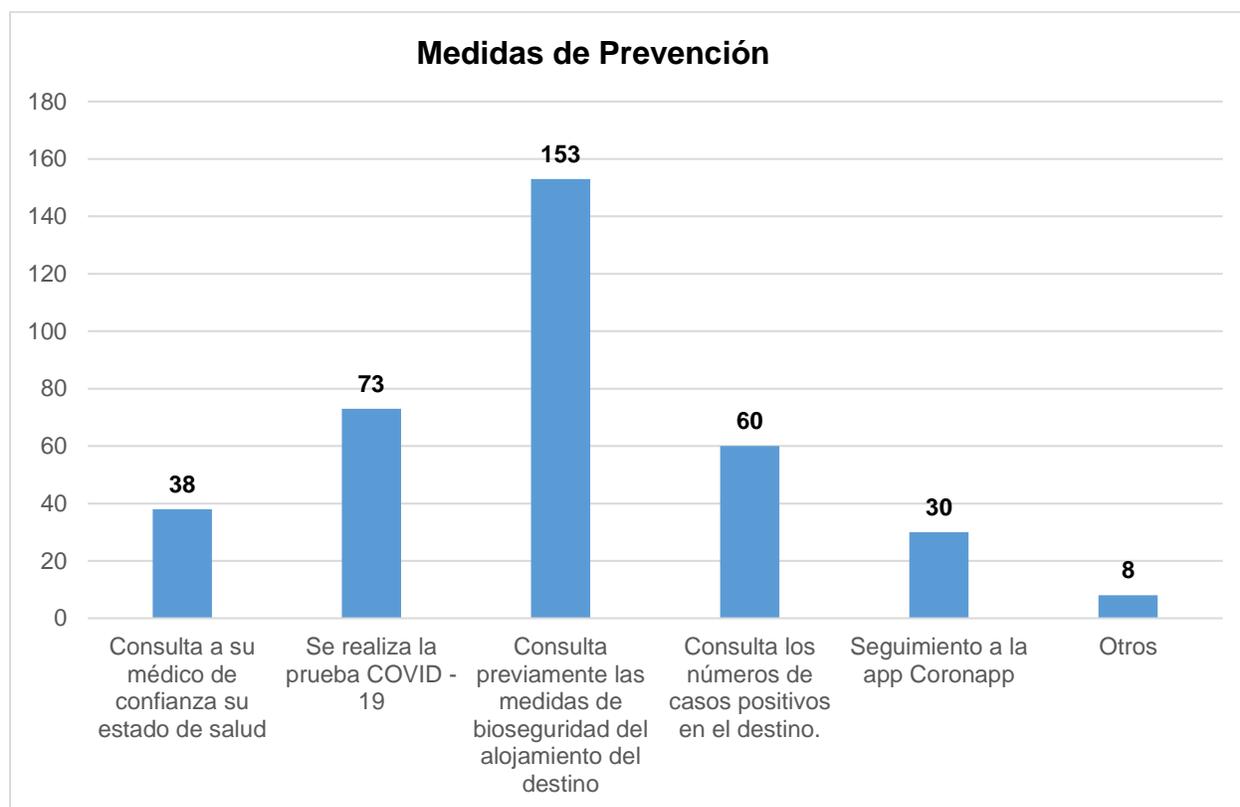
**Gráfica 8. Estrategias de prevención al contagio por COVID-19 que generan mayor confianza**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

La **Gráfica 8** presenta el resultado de la encuesta a las estrategias para prevenir o mitigar el contagio por COVID-19 que tienen mayor percepción de confianza entre los encuestados cuando se realizan actividades de turismo. Los resultados confirman que la implementación de protocolos de bioseguridad (lavado de manos, distanciamiento social, uso de tapabocas entre otras) es la estrategia que más genera confianza con 159 respuestas, en segundo lugar, se encuentra el control de la capacidad máxima de aforo con 124 respuestas, y en tercer y cuarto lugar se ubican las certificaciones de limpieza y desinfección y el manejo de previas reservaciones con 78 y 74 respuestas respectivamente. Por lo tanto, se concluye, que los encuestados demandan la implementación de estrategias de prevención en las actividades de turismo, con el fin de tener una mayor sensación de confianza y seguridad.

**Gráfica 9. Medidas de prevención utilizadas para mitigar el contagio por COVID-19 en las actividades de turismo**



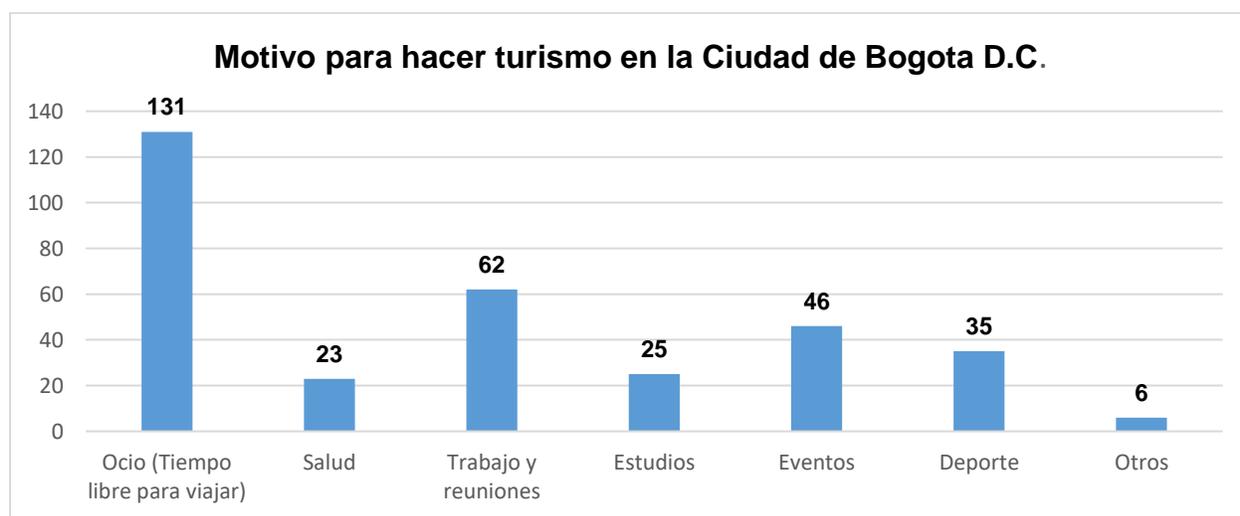
*Fuente: (Elaboración Propia)*

Los resultados presentados en la **Gráfica 9** representan las medidas de prevención utilizadas o que usarían los encuestados previamente a realizar actividades de turismo en la ciudad de Bogotá. La mayoría de los encuestados confirmó que consulta previamente los protocolos de bioseguridad del alojamiento del destino, esta fue la opción con el resultado más alto, con 153 respuestas. Seguido a esto, se encuentra la realización de pruebas COVID-19 antes de las actividades de turismo, con 73 respuestas y la consulta de casos positivos (estadísticas de contagio) en el lugar de destino con 60 respuestas. Los resultados encontrados en las **Gráficas 8 y 9** son completamente coherentes, y confirman que los protocolos de bioseguridad son la estrategia de mayor aceptación entre la población encuestada y la medida más buscada previo a la realización de actividades de turismo.

Por lo cual, es de vital importancia que las empresas del sector turismo mantengan actualizados, efectivos y visibles a los clientes todos sus protocolos de bioseguridad, entendiendo que estos se han convertido en una variable para la toma de decisiones.

De igual manera, identificando los principales motivos de viaje hacia la ciudad de Bogotá D.C., en la **Gráfica 10** se logra evidenciar que el principal motivo de viaje hacia la capital del país, son por razones de Ocio con una participación de 131 respuestas, quienes cuentan con tiempo libre para viajar a este destino, seguido con 62 respuestas, que requieren dirigirse a la ciudad por razones laborales que involucran la necesidad de desplazarse de su lugar de origen para ir a sus respectivos trabajos y/o participar en reuniones que requieren de su presencia física, así mismo el siguiente motivo preferente con 46 respuestas, corresponde a la asistencia física de diferentes tipos de eventos desarrollados en Bogotá D.C. y seguida con 35 respuestas de personas quienes requieren asistir a la ciudad para desarrollar actividades deportivas.

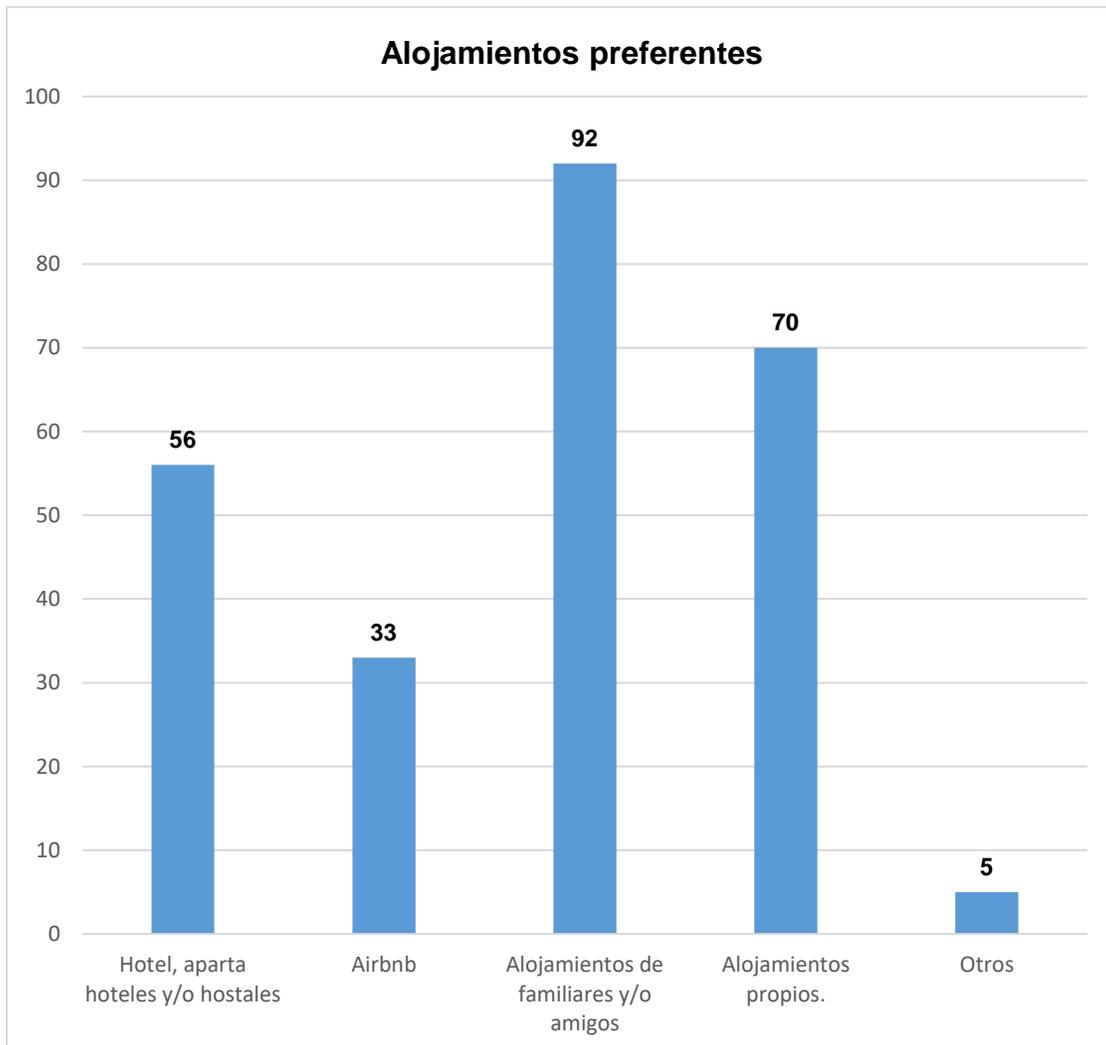
**Gráfica 10. Motivos para hacer turismo en la Ciudad de Bogotá**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

Por otro lado, en la **Gráfica 11**, se puede visualizar donde suelen alojarse los encuestados para desarrollar actividades de turismo en la ciudad de Bogotá. En primer lugar, la preferencia de los encuestados corresponde a alojamientos de familiares y/o amigos con 92 respuestas, seguido de alojamientos propios con 70 respuestas y a hoteles, aparta hoteles y/o hostales con 56 respuestas.

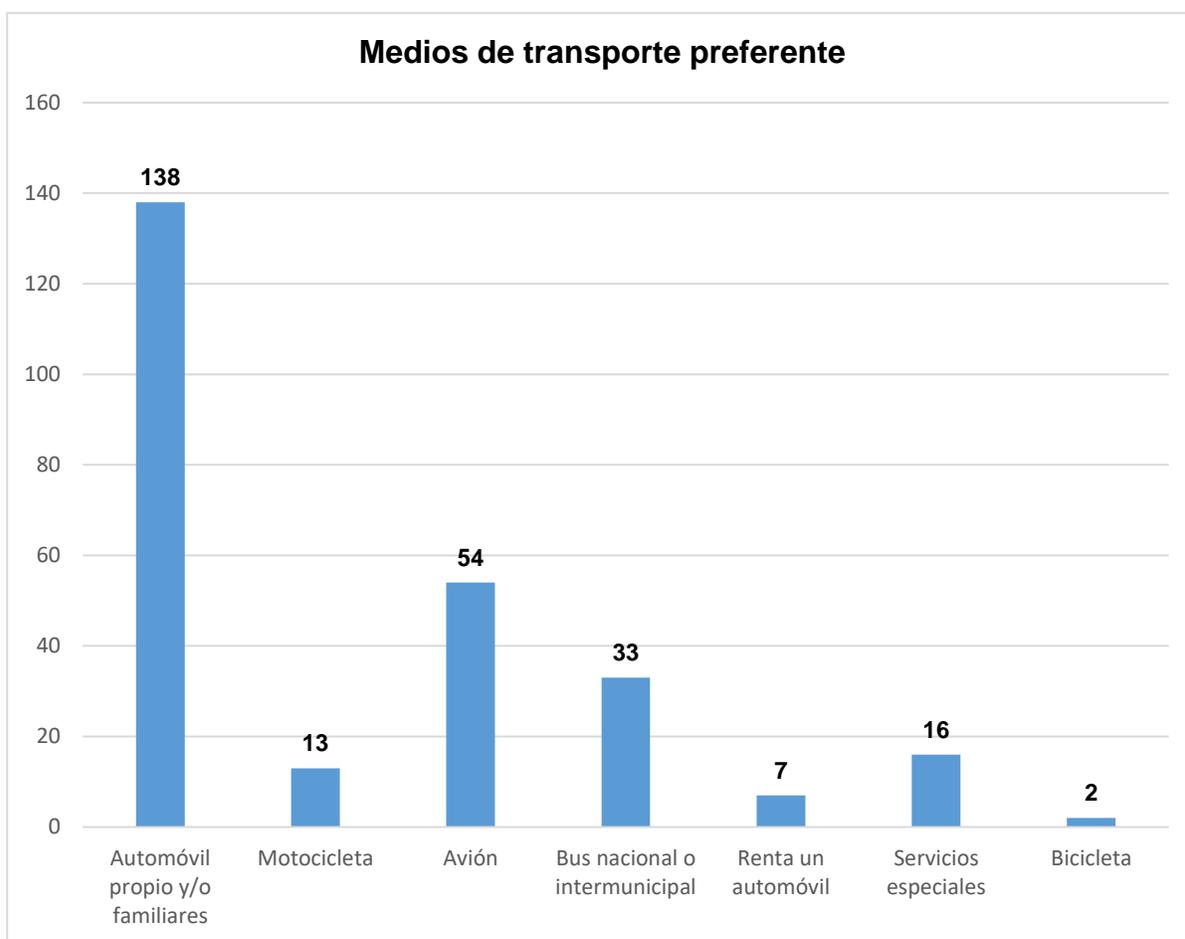
**Gráfica 11. Alojamientos preferentes de los encuestados para desarrollar sus actividades de turismo en Bogotá**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

De igual modo, en la **Gráfica 12**, es posible identificar el medio de transporte preferido por los encuestados para movilizarse hacia la ciudad de Bogotá al planear actividades de turismo. En primer lugar, 138 encuestado suelen desplazarse a la capital mediante un automóvil propio y/o de familiares, en segundo lugar 54 encuestados prefieren tomar un avión para llegar a la ciudad y, en tercer lugar, 33 encuestados toman un bus nacional o intermunicipal para desplazarse hacia la capital.

## Gráfica 12. Medio de transporte preferido para movilizarse hacia la ciudad de Bogotá al planear actividades de turismo



Fuente: (Elaboración Propia)

Por otra parte, al consultar a los encuestados si consideraban que debía crearse nuevas estrategias que ayudarán a afrontar la situación actual del turismo de manera sostenible, la respuesta que tuvo un mayor porcentaje corresponde al sí, el cual se representa en la **Gráfica 13** con un 64,04% equivalente a 130 encuestados para el SI, y un 35,96 % equivalente a 73 encuestados para el NO, indicando 100 diversas opiniones entre las cuales se consolidaron las siguientes opciones:

1. Reconocimiento a quienes implementan las medidas de Bioseguridad y sancionar el incumplimiento de las mismas.
2. Apertura gradual y horarios flexibles de sitios turísticos.
3. Establecer mayores estrategias respecto a la seguridad de la ciudad de Bogotá.

4. Incentivos para que se haga turismo como subsidios en transporte o entradas a los sitios a visitar.
5. Apoyo económico, facilidad de préstamos y alivio a créditos, subsidio nómina, menos impuestos para prestadores turísticos, hoteleros entre otros del sector, por otra parte, disminución de peajes e incentivos en materia tributaria para la disminución de precios en los viajes.
6. Establecer estrategias que promuevan el turismo, generando mayor publicidad en canales de difusión de nuevos lugares y organizar rutas turísticas, donde se conozcan alternativas, transportes y precios.
7. Flexibilizar el uso de paquetes promocionales en modalidad abiertos sin fechas específicas, tarifas de transporte aéreo, hoteles y/o alquileres, impulsando vuelos económicos lo cual llevaría a una mayor demanda de seguros de viaje.
8. Fomentar el turismo en zonas abiertas o al aire libre como zonas verdes o parques (Ecoturismo o Cinemateca) cuya extensión evita la aglomeración excesiva de personas, aprovechando actividades relacionadas con deporte como Bicitour.
9. Eliminar la restricción de pico y placa para vehículos en la ciudad de Bogotá.
10. Creación de una plataforma que permita una visualización remota y en tiempo real del aforo al sitio que se desea ir para evitar aglomeraciones.
11. Implementar en más sitios el pago y check in y check out sin contacto.
12. Vacunación masiva.
13. Creación de una app interconectada con sistemas estatales (camas UCI, contagios) y de turismo que certifique estado del destino y del establecimiento y permita generar reservas por adelantado.
14. Cerrar las fronteras o suspender el ingreso masivo de turistas e implementar el toque de queda en horarios de alto flujo.

**Gráfica 13. Creación nuevas estrategias que ayudarán a afrontar la situación actual del turismo de manera sostenible**



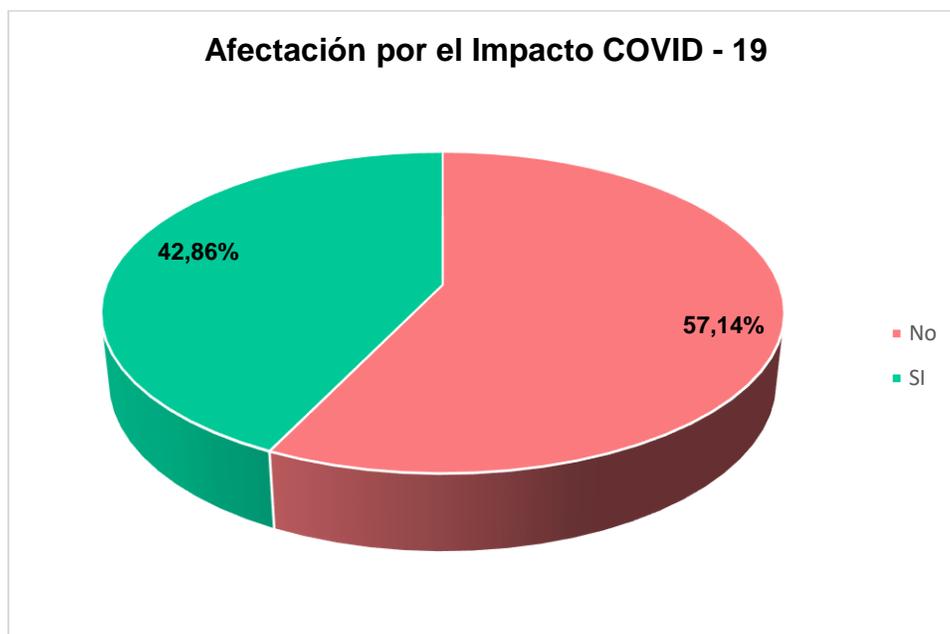
*Fuente: (Elaboración Propia)*

Con el fin de conocer la afectación por el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo para los encuestados, se obtiene como resultado que la mayoría de la muestra no se ha visto afectada de ninguna manera con un 57,14 % correspondiente a 116 encuestados y un 42,86 % correspondiente a 87 encuestados que si se han visto afectados por diversas razones como:

1. No han podido viajar de manera más constante tanto para temas laborales como familiares por restricciones de viaje en algunos sitios y medios de transporte.
2. Cancelación y perdidas económicas de reservas y tiquetes.
3. No existe la seguridad y confianza para realizar turismo.
4. Tiempos determinados de cuarentena para el destino final o el lugar de residencia.
5. Altos costos en planes turísticos con aforos limitados y disminución de ingresos en el grupo familiar.

En contraste a la afectación por el impacto que ha generado el Covid-19 en el sector turismo, el cual ha generado altos índices de desempleo y decrecimiento en la economía nacional, el cual se relaciona en la **Gráfica 14**.

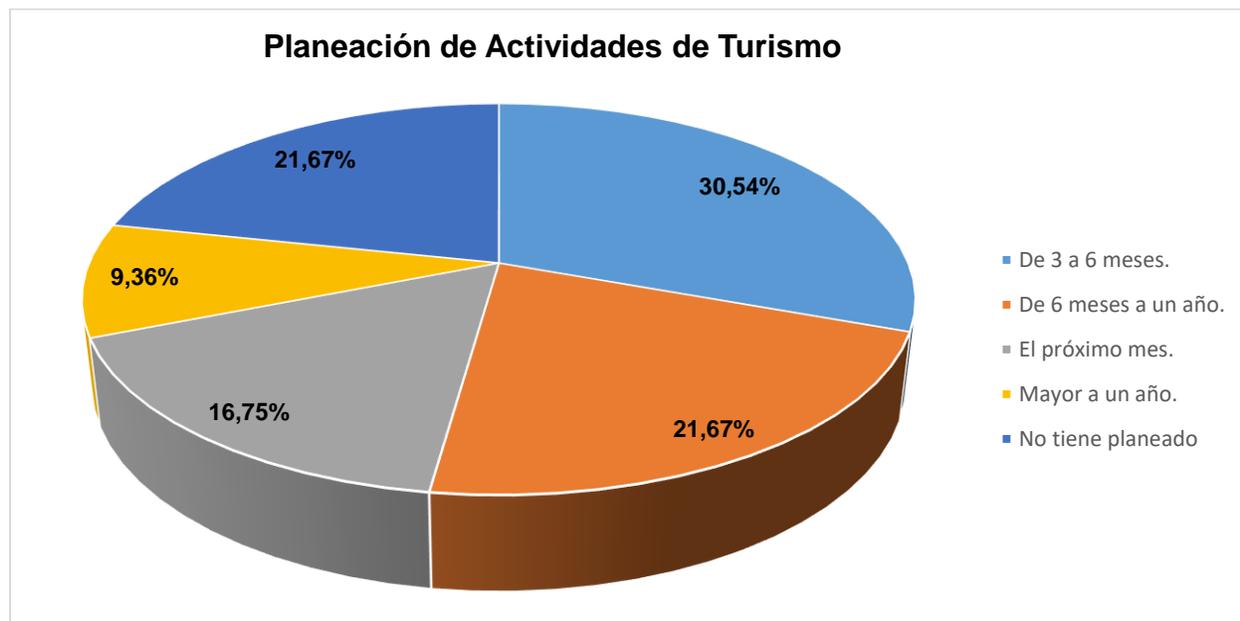
**Gráfica 14. Afectación por el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

El sector turismo hace parte de una extensa cadena productiva en varios sectores de la economía, por ello es importante conocer si se tiene planeado realizar actividades de turismo para ayudar al crecimiento de dicho sector, para lo cual se evidencia opiniones bastante divididas entre la muestra representadas en la **Gráfica 15**, obteniendo un resultado para la opción “mayor a un año” 9,36 % (19 encuestados), para las opciones “6 meses a un año” y “no tiene planeado” se alcanzó un mismo resultado equivalente al 21,67% (44 encuestados), para la opción “el próximo mes” un 16,75% (34 encuestados) y un mayor porcentaje para la opción de “3 a 6 meses” con un 30,54 % (62 encuestados), por lo tanto se puede determinar que en la gran mayoría de la muestra a pesar de la incertidumbre y el actual panorama del crecimiento de contagiados por COVID -19, no se tiene descartado volver a realizar actividades de turismo en la ciudad de Bogotá.

**Gráfica 15. Planeación para hacer actividades de turismo**



*Fuente: (Elaboración Propia)*

Conforme a los resultados obtenidos mediante la encuesta “Investigación impacto COVID -19 en el turismo de la ciudad de Bogotá”, da lugar a generar los siguientes lineamientos sostenibles para el sector turismo en la ciudad de Bogotá, con el fin de que mejore la percepción en términos de confianza y experiencia de los turistas:

1. Asegurar el cumplimiento estricto de protocolos de bioseguridad del establecimiento mediante puntos de limpieza y desinfección, control de las aglomeraciones, modalidades de pago sin contacto.
2. Desarrollar políticas públicas que incentiven y beneficie a los actores turísticos que cumplen adecuadamente los protocolos de bioseguridad, mediante procesos de verificación y control.
3. Promocionar actividades turísticas que incorporen tarifas con flexibilidad de uso y exoneración de penalidades.
4. Promover actividades turísticas desarrolladas en espacio amplios y bioseguro, con controles de aforo, cuidado personal y flexibilidad de horarios.
5. Incorporar herramientas y aplicaciones tecnológicas relacionadas a la industria 4.0 (Big data, IoT, Inteligencia artificial) con el fin de asegurar el

aforo en tiempo real de los actores turísticos y gestionar opciones de reservas anticipadamente.

6. Establecer alianzas estratégicas entre los diferentes actores turísticos del sector, desarrollando mecanismos que maximicen el consumo de los servicios de la industria y aceleren la reactivación económica.
7. Potenciar las visitas virtuales al destino (por medio de la realidad virtual) para atraer al turista a que visite los sitios de interés.
8. Adicional se podría generar un intercambio virtual de actividades lúdicas, como cocina, clases de arte o cultura general (Customer Experience).

Adicionalmente, luego de la socialización de la investigación realizada con el experto, cuyo perfil se enfoca en: Doctora en educación con énfasis en TIC'S, master en administración, especializada en habilidades gerenciales, profesional en turismo, docente e investigadora y experta en felicidad y bienestar organizacional, se obtienen las siguientes observaciones, las cuales validan los lineamientos propuestos así:

- Recomienda el modelo Low Touch Economy el cual hace referencia a la nueva forma de operar que han adoptado muchas empresas para poder sobrevivir económicamente durante la crisis generada por la pandemia del Covid-19.
- Se valida la estrategia propuesta en el numeral 6, donde se reafirma que las alianzas entre los diferentes actores de interés logran soluciones para mitigar el impacto del Covid19.
- Sugiere que el ecosistema digital incorpore herramientas digitales que incluyan marketing, contenidos, Google adwords, aplicaciones móviles, sitios web, SEO (Motor optimizado de búsqueda), en empresas del turismo con tipología B2B (empresa y empresa), B2C (empresa y consumidor), C2C (consumidor y consumidor), C2B (consumidor y empresa) y B2G (empresa y gobierno).

## 9 CONCLUSIONES

Luego de los resultados obtenidos de la encuesta “Impacto COVID -19 en el turismo de la ciudad de Bogotá” de la investigación “Estrategias sostenibles para afrontar las problemáticas del turismo en la Ciudad de Bogotá ante el covid”, conforme a los objetivos establecidos en el presente estudio, es posible concluir lo siguiente:

- A la fecha se evidenció un incremento acelerado de los contagios a causa del Covid-19 en la Ciudad de Bogotá, los cuales son reportados diariamente en la plataforma Saludata.
- Los principales motivos de viaje hacia la ciudad de Bogotá corresponden principalmente a ocio, con una participación del 64.5% del total de los encuestados, 30.5% por razones laborales y 22.6% por diferentes tipos de eventos desarrollados en la capital.
- El tipo de alojamiento preferente por los encuestados para desarrollar actividades de turismo en la capital corresponde en primer lugar a aquellos alojamientos de familiares y/o amigos con una participación de 67.9%, seguidos de los alojamientos propios de los encuestados con una preferencia de 34.5% y un 27.5% de los participantes recurren a hoteles, apartahoteles y/o hostales.
- La percepción de confianza de los encuestados para desarrollar actividades de turismo en la ciudad de Bogotá, se atribuyen a la implementación de protocolos de bioseguridad, siendo la mayor preferencia de los encuestados con una participación del 78%, seguido a su vez del control del aforo máximo permitido con una preferencia del 61%, y que los actores turísticos cuenten con certificaciones de limpieza y desinfección con un 38.4% de preferencia.
- El medio de transporte preferente de los encuestados al movilizarse hacia la ciudad de Bogotá al planear actividades de turismo, corresponde a los automóviles propios y/o familiares de los encuestados con una participación del 67.9%, no obstante, el 26.6% suelen desplazarse en avión y el 16.2% de

la muestra utilizan buses nacionales o intermunicipales para llegar a la capital del país.

- Mediante la encuesta realizada a una muestra de 203 personas, se pudo diagnosticar el impacto que ha generado el COVID-19 en el sector turismo en la Ciudad de Bogotá, por medio de las variables: motivo de viaje, tipo de alojamiento, percepción de confianza y medios de transporte, teniendo en cuenta la aplicación de una metodología cuantitativa, con clasificación no experimental, y tipo de estudio descriptivo.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, se logró proponer lineamientos sostenibles para el sector turismo en la ciudad de Bogotá, con el fin de mejorar la percepción en términos de confianza y experiencia de los turistas.
- Luego de establecer los lineamientos sostenibles, los cuales fueron validados por medio de un experto en el sector turismo, se recomendó implementar algunos modelos estratégicos denominado Low Touch Economy con el fin de brindar una alternativa viable a aquellos actores turísticos para la reactivación de su actividad y mejorar su ventaja competitiva.

## 10 RECOMENDACIONES

El sector turismo en Colombia, se ha considerado un actor de crecimiento económico exponencial en el país, llegando a ser catalogado como “el nuevo petróleo”, principalmente por sus aportes al desarrollo de la economía nacional, reconocimiento de su cultura a nivel internacional y por ser fuente generadora de empleo.

No obstante, ante el impacto del Covid-19, el sector turismo enfrenta la peor crisis registrada en la historia, generando grandes desafíos a la industria, que, si bien han sido negativos por el desempleo, el cierre de empresas, los contagios y la limitación de trabajo presencial, también ha permitido explorar nuevas estrategias y generar una transformación del dinamismo de los productos y servicios, llevando a la reinención e innovación de los modelos de negocio.

De esta manera, se crea la oportunidad de establecer alianzas estratégicas entre los diferentes actores turísticos del sector, desarrollando mecanismos que maximicen el consumo de los servicios de la industria y aceleren la reactivación económica. Se debe trabajar de manera conjunta entre los actores turísticos públicos y privados, con el objetivo de aumentar la percepción de confianza y seguridad de los turistas, y así lograr generar y diversificar un portafolio que involucre productos y servicios sostenibles para el desarrollo económico de la Ciudad de Bogotá.

Las empresas del sector turismo deben implementar un ecosistema digital el cual este compuesto por herramientas digitales que incluyan marketing, contenidos, Google adwords, aplicaciones móviles, sitios web, SEO (Motor optimizado de búsqueda), utilizando tácticas que inicien desde el desarrollo del producto o servicio, el posicionamiento en mercados digitales, la permanencia sustentable del modelo del negocio, para así generar la fidelización de los clientes.

## 11 LISTADO DE REFERENCIAS

- Baca, J. (21 de Mayo de 2013). *EL TRANSPORTE TURÍSTICO. CLASIFICACIÓN*. Obtenido de <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología De La Investigación Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Obtenido de Universidad de La Sabana: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf>.
- Caracol Radio. (1 de Abril de 2020). *¿Cómo se mueve el sector turismo en tiempos de cuarentena?* Obtenido de Caracol Radio: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2020/Abril-2020/Como-se-mueve-el-sector-turismo-en-tiempos-de-cuarentena#:~:text=El%20sector%20turismo%20se%20hab%C3%ADa,8%25%20en%20todo%20el%20pa%C3%ADs>.
- Castañeda, E. A. (2019). Análisis conceptual del turismo: hacia su visión ontológica. *Revista Turismo em Análise*, 395 - 400.
- CEUPE. (2021). *El alojamiento turístico*. Obtenido de CEUPE Magazine: <https://www.ceupe.com/blog/el-alojamiento-turistico.html>
- Corral, Y., Corral, I., & Franco Corral, A. (Abril de 2015). *PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO*. Obtenido de Facultad de Ciencias de la Educación: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/46/art13.pdf>
- Cotelco. (23 de Agosto de 2019). *Ocupación hotelera en Colombia fue de 57.78% en el mes de julio*. Obtenido de Cotelco: <https://www.cotelco.org/noticias/ocupacion%20julio>
- Cotelco. (06 de Febrero de 2020). *Colombia logró alta ocupación hotelera durante el 2019*. Obtenido de Cotelco: <https://www.cotelco.org/noticias/ocupacion2019>
- Cotelco. (16 de Marzo de 2020). *Sector hotelero de Colombia en crisis por efectos del Covid-19*. Obtenido de Cotelco: <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>
- Figueroa Serrano, T., & Raff Aranda, R. (Julio de 2008). *Análisis de la Confianza hacia los Destinos Turísticos*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE CHILE: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/107923/An%C3%A1lisis%20de%20la%20confianza%20hacia%20los%20destinos%20tur%C3%ADsticos.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. (2014). *Meotodología de la investigación*. Obtenido de

- Universidad Florencio Del Castillo: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernandez Sanchez, J., & Rojas Fierro, J. (4 de Diciembre de 2004). Análisis de los factores que intervienen en la convivencia de los residentes de un colegio residencial. Caso: Ray Lindley. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/hernandez\\_s\\_j/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf)
- Instituto de Salud Carlos III. (8 de Abril de 2020). INFORME DEL GRUPO DE ANALISIS CIENTÍFICO DE CORONAVIRUS DEL ISCIII (GACC-ISCIII). págs. 1-7.
- Instituto Distrital de Turismo. (Abril de 2020). *Efectos Económicos Del COVID-19 En El Sector Turístico De Bogotá Y Escenarios De Reactivación*. Obtenido de Instituto Distrital de Turismo: <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20Afectaci%C3%B3n%20Covid-19%20y%20Escenarios%20para%20el%20Turismo%20DV%20V1.pdf>
- MINCIT & CITUR. (2021). *Centro de Información Turística de Colombia*. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/ver/index/3#menu&gsc.tab=0>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (24 de febrero de 2020). *¡En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!*, págs. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>.
- Ministerio de Salud. (17 de Marzo de 2020). *ABECÉ Nuevo Coronavirus (COVID-19) De China*. Obtenido de Ministerio de salud: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ET/abecce-coronavirus.pdf>
- Ministerio de Salud. (21 de Febrero de 2021). *Ministerio de Salud*. Obtenido de CORONAVIRUS (COVID-19): [https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19\\_copia.aspx](https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19_copia.aspx)
- Moreno, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4655/465545890011>
- Naciones Unidas. (27 de Enero de 2004). *OMT: Turismo internacional registró en 2003 mayor retroceso en la historia*. Obtenido de Noticia ONU: <https://news.un.org/es/story/2004/01/1028571>
- Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid/New York.

- Portafolio. (13 de Octubre de 2018). *“El turismo es el nuevo petróleo de Colombia”*.  
Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/el-turismo-es-el-nuevo-petroleo-de-colombia-522265>
- Pulido, L., & Cabello, E. (Mayo de 2020). Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia. Colombia: Universidad Católica de Colombia.
- QuestionPro. (2021). *¿Qué es la investigación descriptiva?* Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Rincon, J. A. (31 de Enero de 2020). *Bogotá cierra el 2019 con una tasa de desempleo de 9,9%*. Obtenido de Secretaría de Desarrollo Económico: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/mercado-laboral-mercado-laboral-general/bogota-cierra-el-2019-con-una-tasa-de-desempleo-de-99>
- Salud Capital. (2021). *Casos confirmados de COVID\*19 en Bogotá D.C.* Obtenido de SALUDDATA: <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/enfermedades-trasmisibles/covid19/>
- Salud de Bupa. (Marzo de 2020). *Coronavirus*. Obtenido de Bupasalud: <https://www.bupasalud.com.co/salud/coronavirus>
- SiteMinder. (2021). *Cómo aumentar tu tasa de ocupación hotelera*. Obtenido de SiteMinder.com: <https://www.siteminder.com/es/r/marketing/aumentar-tasa-ocupacion-hotelera/#:~:text=Para%20conocer%20la%20media%20de,de%20ocupaci%C3%B3n%20es%20del%2060%20%25>.
- Universidad de Jaén. (2021). *Metodología Cuantitativa*. Obtenido de Universidad de Jaén: [http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/enfo\\_cuanti.html#:~:text=%2DEN%20una%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20se,y%20relaciones%20causales%20entre%20elementos](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuanti.html#:~:text=%2DEN%20una%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20se,y%20relaciones%20causales%20entre%20elementos).