

**Prospectiva y Estrategia Para Las Organizaciones Del Sector Turístico A Partir Del
Impacto De La Pandemia Por COVID 19 En La Costa Caribe De Colombia: Las TIC
Como Apoyo Al Fortalecimiento del Sector.**

Jesús David Muñoz Medina

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Economía

2022

**Prospectiva y Estrategia Para Las Organizaciones Del Sector Turístico A Partir Del
Impacto De La Pandemia Por COVID 19 En La Costa Caribe De Colombia: Las TIC
Como Apoyo Al Fortalecimiento Del Sector.**

DIANA MARCELA DIAZ

YASMIN DIAZ CHACON

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Economía

20222

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Resumen

La presente investigación tiene como propósito principal el análisis de los impactos que genera la pandemia por COVID-19 en la costa caribe de Colombia, en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las organizaciones del sector turístico, lo cual, bajo una metodología cualitativa lograría, en primera instancia, establecer los impactos causados por el COVID-19 en el sector turístico, posteriormente, definiendo los elementos que se ven impactados por la pandemia en la planeación estratégica de las organizaciones del sector turístico en Colombia, y, finalmente, proponiendo consideraciones y criterios a tener en cuenta en los análisis prospectivos de las organizaciones del sector turístico a partir de la post- pandemia COVID-19, tomando en cuenta las ventajas que hoy por hoy proveen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Palabras clave: Pandemia, impacto, prospectiva, estrategia, organización.

Abstract

The main purpose of this research is the analysis of the impacts generated by the COVID-19 pandemic on the Caribbean coast Colombia, in prospective studies and strategic planning in organizations in the tourism sector, which, under a qualitative methodology, would be achieved, in the first place. instance, establish the impacts caused by the COVID-19 pandemic in the tourism sector, subsequently, defining the elements that are impacted by COVID-19 in the strategic planning of organizations in the tourism sector in Colombia, and, finally, proposing considerations and criteria to take into account in the prospective analyses of organizations in the tourism sector from the POST-COVID-19 Pandemic, taking into account the advantages that Information and Communication Technologies (ICT) provide today.

Keywords: Pandemic, impact, prospective, strategy, organization.

Contenido

Lista de Tablas	8
Presentación Del Problema	12
<i>Pregunta problema.....</i>	<i>14</i>
Justificación	15
Objetivos	17
<i>Objetivo general</i>	<i>17</i>
<i>Objetivos específicos</i>	<i>17</i>
Marco teórico y conceptual	18
<i>Sector turístico</i>	<i>18</i>
<i>Tendencias en el sector turístico</i>	<i>18</i>
<i>Teorías de adaptación organizacional.....</i>	<i>20</i>
<i>Mecanismos de Previsión para el Covid -19.....</i>	<i>21</i>
<i>Salud pública.....</i>	<i>23</i>
<i>Importancia de la planificación estratégica en tiempos de crisis.....</i>	<i>23</i>
<i>Esquema de 4 etapas para la planeación estratégica y prospectiva.....</i>	<i>24</i>
<i>Territorios virtuales y competitividad.....</i>	<i>24</i>
<i>Teoría de la globalización.....</i>	<i>25</i>

Metodología	27
<i>Hipótesis.....</i>	27
Resultados	28
<i>Efectos de la pandemia en el sector turístico colombiano.....</i>	28
<i>Efectos en la competencia en el sector turístico - Las cinco fuerzas de Porter.....</i>	35
<i>Elementos de la planeación estratégica impactados</i>	37
<i>Consideraciones y criterios en los análisis prospectivos.....</i>	43
Conclusiones	47
Opinión.....	49
Referencias.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1 Etapas de la planeacion Estrategica38

Tabla 2 Analisis DOFA.....44

Prologo

La economía en Colombia se ha caracterizado por tener grandes destinos turísticos especialmente los de la costa caribe colombiana que de alguna u otra manera mueven al país en cuanto a su desarrollo , es por ello por lo que a partir de la recesión inevitable que sufrió este sector con la llegada del covid 19 he decidido hacer una investigación sobre los diferentes problemas que trajo consigo los encierros y las diferentes medidas aislamiento entre personas y comercios . Esto nos llevó a plantearnos la idea de cómo este sector debe adoptar medidas para que su afectación económica no sea tan grave como la vivida durante la lucha contra este linaje. Así mismo , entender que esta industria debe saber cómo optar medidas de innovación de la mano de los diferentes desarrollos tecnológicos que hoy en día se tienen en el país y así poder entender que las tecnologías de la información pueden llegar a ser una herramienta útil para combatir los problemas económicos y financieros que se pueden llegar a presentar en el sector turístico en Colombia con la llegada de nuevas patologías o virus a futuro , esto con el fin de que el impacto no tenga una tendencia grave para este sector en cuanto a lo económico y lo social.

Introducción

La llegada imprevista de la patología Covid-19 al mundo transformó por completo el contexto de las industrias, ya que las nuevas condiciones obligaron a una rápida y radical adaptación de las actividades productivas, donde solo lograron la supervivencia aquellas organizaciones que tuvieron suficiente flexibilidad para operar bajo las nuevas condiciones del entorno. Vale la pena destacar que la flexibilidad es una de las principales premisas de la planeación estratégica; en este sentido, la llegada del virus solo permitió reafirmar la necesidad de abandonar los esquemas rígidos de planeación y gestión.

La industria turística entre el año 2019 y 2020 fue una de las más golpeadas por la pandemia, teniendo en cuenta que la naturaleza de su actividad se basa en la prestación de servicios de manera presencial, los cuales fueron restringidos con las normativas de aislamiento social, primando la salud pública por encima del desarrollo económico. En la actualidad, si bien se presentan algunas restricciones de circulación, la industria requiere una reinvención que le permita prepararse para este tipo de eventos, y, además, generar las estrategias necesarias para apalancarse y recuperarse de la desestabilización sufrida.

De acuerdo con lo anterior, se consideró pertinente realizara una monografía de investigación para analizar en este 2022 los impactos generados por la pandemia por COVID-19 en la costa caribe de Colombia , en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las organizaciones del sector turístico, a fin de identificar consideraciones y criterios a tener en cuenta para estos procesos que tendrán que ser reinventados; de acuerdo con lo anterior, se plantea como hipótesis de la investigación que “los impactos que genera la pandemia por COVID-19 traen cambios radicales en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las

organizaciones del sector turístico especialmente en la costa caribe de Colombia”; hipótesis que se pretende validar o descartar una vez cumplidos los objetivos de estudio trazados.

Presentación Del Problema

La vida económica, en términos generales ha tenido un cambio importante en lo social, en la forma de educarnos, en la forma en la que laboramos a raíz del acelerado cambio que vivimos en el año 2019, a partir de la llegada del coronavirus o COVID-19, el acelerado contagio en la humanidad y la tasa de mortalidad de esta patología llevó a que en todo el mundo se declarara un estado de alerta sanitaria y de preocupación en el ámbito internacional, a su vez planeo la idea de contraer medidas para la conservación de la salud en el mundo y a un cambio en la cotidianidad de las personas promovido por la Organización Mundial para la Salud. (Díaz y Castrillón, 2020)

De acuerdo con lo anterior, el gobierno y especialmente la sociedad se vieron destinados y obligados a crear diferentes formas o instrumentos que ayuden a la adaptabilidad en una nueva forma de vivir y a una nueva realidad, donde la adaptación de los protocolos de bioseguridad establecidos por la OMS se convirtió en uno de los principales mecanismos de aplacar de una u otra manera los contagios que para julio del año 2021, presentaron más de 4 millones de decesos en todo el mundo (Statista, 2021). Teniendo en cuenta que en marzo de 2020 fue presentado el decreto No. 457 del 22 en respuesta al estado de emergencia Económica, Ecológica, y Social declarado a través del Decreto 637 del 6 de mayo de 2020, decretó aislamiento preventivo (Gobierno de Colombia, 2020), se identifica como uno de los principales efectos que se hicieron visibles de manera inmediata, a partir del aislamiento preventivo, la brusca interrupción en gran parte de las actividades económicas a nivel global, ya que en la presencialidad de los trabajadores hacía parte de la cadena de valor (tales como los servicios relacionados con el mundo del espectáculo y los procesos de manufactura), mientras que otros

requerían la presencialidad de los clientes (restaurantes, servicios turísticos, spa, entre otros) por cuanto muchas empresas entraron en crisis.

Algunos sectores económicos lograron estabilizarse dado que contaban con alternativas tecnológicas para seguir ofreciendo sus productos o servicios, tales como los restaurantes, que si bien tuvieron que cerrar las puertas al público, tenían la opción de seguir operando bajo la modalidad de servicios a domicilio; o los negocios de venta de productos, que a pesar de tener que cerrar sus puertas en los locales o tiendas físicas, tuvieron la alternativa de optar por el comercio electrónico; de modo que, luego de definirse un marco normativo de operación en el marco de la pandemia, muchas industrias lograron salir a flote; Sin embargo, los servicios turísticos no contaron con este tipo de opciones por la naturaleza de su actividad, por cuanto fue una de las industrias con mayor afectación durante la pandemia y este problema se agudizó aún más en la costa caribe de Colombia en destinos como San Andrés, Santa Marta y Cartagena , entre otros. Si bien la prestación de servicios turísticos sufrió amplias restricciones por la necesidad de la presencialidad, no significa que las TIC no puedan incorporarse en procesos estratégicos que puedan mitigar las afectaciones económicas en la época COVID 19 y post-COVID 19.

Pregunta Problema

¿Cuáles son los impactos que genera la pandemia por COVID-19 en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las organizaciones del sector turístico en la costa caribe colombiana ?

Justificación

La presente investigación surge de la necesidad de implementar nuevos paradigmas en la planeación estratégica y prospectiva de las organizaciones, puesto que a raíz de la llamada “nueva normalidad” causada por el Covid -19, se generó un despliegue normativo que modifica por completo el panorama de las organizaciones, y en especial en el sector turístico. El nuevo marco de acción demanda una “reinvención” de las industrias, en especial de aquellas que son altamente dependientes de la presencialidad; en este sentido, el esquema estratégico tiene que adecuarse al contexto emergente (Aytakin, 2021).

Es importante destacar que el sector turístico en Colombia tiene un gran potencial, según cifras de MinCIT (2019), el Turismo logró cifras récord antes de la pandemia en materia de turismo extranjero, en el año 2019 el país recibió un total de 4.515.932 de visitantes provenientes del exterior, y era una industria en constante crecimiento justo antes de la llegada del Covid -19 a Colombia; si bien la caída de esta industria causó daños importantes, el país conserva aún un importante patrimonio turístico y cultural que le permite seguirse proyectando como una de las más prometedoras aún después de los devastadores efectos de la pandemia.

De acuerdo con lo anterior, es necesario que el sector turístico reestructure su planeación estratégica y prospectiva en función de los nuevos escenarios futuros que se avecinan por cuenta de los cambios causados no solo a nivel normativo por la pandemia, sino también para lograr una recuperación económica que le permita sobreponerse rápidamente y reposicionarse nuevamente como uno de los sectores de mayor crecimiento en el país. En este sentido, se considera que el primer paso para iniciar un proceso de recuperación es hacer un diagnóstico inicial, determinando los impactos que genera la pandemia por COVID-19 en los estudios prospectivos

y la planeación estratégica en las organizaciones del sector turístico.

Teniendo en cuenta que la planeación estratégica y prospectiva propone 4 fases fundamentales que son el análisis de entorno, la formulación, la programación y la ejecución, en este caso, en el cual el estudio se limitará solo a una revisión documental, solo se llevarán a cabo las primeras 2 fases que son el análisis de entorno y la formulación. Para ello se analizarán fuentes documentales primarias y secundarias, tales como reportes del desempeño del sector turístico en diferentes momentos, cifras oficiales, teorías relacionadas con el uso de las TIC para la planeación estratégica, entre otras, lo que llevará a una propuesta general que servirá como fuente de conocimiento para la toma de futuras decisiones pandémicas en el país para este sector.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los impactos que generó la Pandemia por COVID-19 con base en los estudios prospectivos y la planeación estratégica para las organizaciones del sector turístico , especialmente en la costa caribe de Colombia en relación a su entorno económico, social y político.

Objetivos Específicos

Establecer los impactos causados por la pandemia por COVID-19 en la costa caribe colombiana.

Definir los elementos que se ven impactados por el post- pandemia COVID-19 en la planeación estratégica de las organizaciones del sector turístico en lo político, social y económico

Proponer consideraciones y criterios a tener en cuenta en los análisis prospectivos en las organizaciones del sector turístico a partir de la post -pandemia por COVID-19 en la costa caribe de Colombia.

Marco Teórico y Conceptual

Sector Turístico

Tomando en cuenta lo expresado por la Organización Mundial de Turismo (OMT), las actividades turísticas involucran la visita a lugares diferentes al de residencia habitual de las personas, cuando dicha visita es realizada por un periodo no mayor a un año, y con fines distintos al de emplearse en alguna organización. Tales visitas podrían motivarse por asuntos personales como el descanso, la recreación, la visita a otras personas entre otros, así como asuntos de negocios o profesionales (Montilla y Ambrosio, 2013).

La dinámica económica en el sector turístico se desarrolla alrededor de la oferta y demanda de bienes y servicios asociados como el alojamiento, servicios de comidas, transporte, renta de vehículos, guía turística, actividades culturales o de esparcimiento, deporte, entre muchos otros. Dentro de la industria turística, los diferentes tipos de negocio pueden generar mayor o menor dependencia del sector según su actividad; por ejemplo, el sector hotelero en la costa caribe tiende a tener mayor dependencia del turismo que los restaurantes, ya que los restaurantes podrían obtener ingresos no solo de la venta a turistas sino también de locales; en esta medida, los subsectores asociados al turismo pueden sufrir un impacto diferente en respuesta a los factores del entorno.

Tendencias en el Sector Turístico

De acuerdo con la publicación sobre tendencias y políticas de turismo 2016 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Revista Portafolio, 2018) las proyecciones indican que al año 2030 se presentará un incremento en la llegada de turistas a las economías emergentes, y que ésta crecerá más del doble respecto a las de economías más

avanzadas. Según esta misma entidad, existen grandes retos para el sector del turismo que demandan un marco contextual de políticas públicas e innovación que promuevan que el turismo se mantenga como un sector altamente competitivo. Estos retos responden específicamente a las siguientes tendencias:

- El incremento progresivo en los flujos del turismo

- Las nuevas tendencias de consumo

- El incremento en la seguridad

- La economía digital

Algunas estrategias que propone la OCDE para afrontar los retos asociados al turismo son las siguientes (Revista portafolio, 2011):

- La diversificación en los servicios

- La integración de los servicios para proveer ofertas más completas al comprador

- Generar estrategias que permitan a las organizaciones ser más competitivas a nivel de precios.

- Mejorar la experiencia del cliente mediante estrategias tales como la facilidad de acceso de pasajeros con movilidad limitada

- Oferta en diferentes lenguas

- Desarrollar aplicaciones móviles que le faciliten los procesos de compra a los clientes

- Proveer al cliente herramientas que faciliten su ubicación y traslado, tales como como mapas, señales, sitios web y aplicaciones disponibles en varios idiomas.

A continuación, se relacionan algunas tendencias generales que hoy en día están impactando la industria turística.

Entre las tendencias que emergen en torno al turismo se encuentra la llegada de internet y su crecimiento exponencial, la cual ha tenido un impacto directo sobre este sector económico considerando que se dio un salto de la necesaria agencia de viajes, a simples aplicaciones o páginas a través de las cuales es posible planificar en un 100% unas vacaciones, evitando los costos por intermediación, a razón de que dichos medios permiten la compra de tiquetes, reservar y pagar hoteles en línea, adquirir entradas a diferentes atracciones, entre muchas otras posibilidades (Revista portafolio, 2011).

La tendencia de Aerolíneas de bajo costo ha dinamizado el mercado del transporte aéreo disminuyendo costos y eliminando barreras geográficas, así como la llegada de plataformas de alquiler de propiedades y espacios como AIRBNB, las cuales están cambiando radicalmente los esquemas tradicionales para la planificación de viajes y está moviendo los cimientos de la industria hotelera (Revista portafolio, 2011).

Por otra parte, se puede considerar como tendencia el incremento de la inversión extranjera a razón del posconflicto, la cual puede ser considerada como favorecedora para la economía nacional, fundamental para la demanda turística por parte de personas locales (Revista Portafolio, 2018).

Desde otra perspectiva se puede analizar la tendencia “sin salir de casa” que está obligando a llevar todo tipo de productos o servicios al cliente sin necesidad de que éste tenga que desplazarse geográficamente a ningún lugar.

Teorías de Adaptación Organizacional

Hasta el momento se han propuesto diversas teorías que plantean el “cómo” las organizaciones pueden adaptarse adecuadamente a su entorno; una de ellas es la teoría de la

“ecología de poblaciones”, la cual enfatiza que no es posible comprender el comportamiento de las organizaciones sin comprender el entorno dentro del cual se desenvuelven, y que el éxito de dichas empresas depende en gran medida de su capacidad de adaptación a pesar de no ser esta una labor sencilla, ya que la inercia lleva a las empresas a mantenerse estáticas; en su estado habitual, hasta el punto de estar tan desactualizadas y desfasadas de su entorno; que llegan a ser liquidadas o compradas a bajos precios para someterse a manos más experimentadas en relación a la dinámica de cierto mercado (Weelen y Thomas, 2007).

Existen otras teorías de adaptación como “la teoría de la institución”, la cual sostiene que las organizaciones deben adaptarse a su entorno, pero bajo una estrategia de imitación, buscando seguir los mismos pasos de una empresa exitosa. Si bien se ha logrado evidenciar diversos ejemplos de empresas a las cuales les ha funcionado muy bien la teoría de la institución, se considera que esta forma limita significativamente la capacidad de innovación de una organización. (Ángel., 2014)

Visionando la adaptación desde una perspectiva estratégica ; se analiza esta alternativa, pero un paso más adelante, procurando no solo la adaptación al entorno, sino incluso logrando el rediseño del propio ambiente a partir de la innovación y el lanzamiento de productos y servicios disruptivos que redefinan las formas de hacer las cosas, con efectos positivos bajo una adecuada administración.

Mecanismos de Previsión para el Covid -19

La OMS (2020) ha creado algunos mecanismos que pueden prevenir de forma momentánea la propagación del virus, algunas de ellas son el distanciamiento social, el uso frecuente de tapa bocas, áreas ventiladas, evitar aglomeraciones y contacto con personas

contagiadas, lavado frecuente de manos. El gobierno colombiano ha tomado acciones para prevenir la propagación del virus SARS-CoV-2 en el territorio nacional, basados en las recomendaciones de la OMS, pero siguiendo su propio criterio, algunas de ellas son las siguientes (Gobierno de Colombia, 2020):

Adultos Mayores. Se decretó aislamiento preventivo en personas mayores de 70 años.

Aeropuertos. Se restringió el ingreso al país de personas no residentes y no nacionales en el país, además los residentes extranjeros tendrán aislamiento preventivo de 14 días.

Eventos Públicos. Todos los eventos de más de 50 personas, para cantidades menores se debe seguir los lineamientos de la OMS.

Niñez. Se tomó la decisión de cerrar todas las instituciones de la primera infancia y las instituciones educativas públicas y privadas. Además de decretar aislamiento de los menores de 18 años.

Protocolos de Bioseguridad. Lugares de mayor y menor riesgo de contagio. Mayor riesgo de contagio hospitales, transporte público, reuniones sociales, bares, instituciones educativas, universidades, supermercados, cines eventos religiosos y masivos, plazas de mercado, gimnasios. Riesgo alto bancos, ascensores. Riesgo medio alto, centros de producción oficinas con cubículos, salones de belleza, centros comerciales, restaurantes, consultorios. Riesgo medio vehículos y farmacias. Riesgo bajo vías públicas, montar bicicleta, casa.

En todos estos lugares, y como se mencionó anteriormente, se deben seguir los protocolos de bioseguridad sugeridos por la Organización mundial de la salud.

Salud Pública

La salud pública comprende la interacción de políticas que se utilizan para garantizar de manera integrada la salud de todas las personas ya sea de manera individual o de manera colectiva, ya que sus resultados representan indicadores de un desarrollo favorable o no de un país; se trata también de establecer seguimiento, evaluación y análisis del estado de salud, la prevención de enfermedades y la promoción de salud. (Medical, 2020)

Del sistema de salud pública de un país se desprende el buen funcionamiento de los establecimientos y personas del área de la salud, por lo tanto, esto genera calidad tanto en el personal : como en la atención y , evidentemente , en la población que al final es el foco más importante de las políticas públicas.

Importancia de la Planificación Estratégica en Tiempos de Crisis.

En los tiempos de hoy se debe optar por buscar estrategias que permitan explotar todas las oportunidades que permitan a las empresas y sectores económicos ser autosuficientes en mercados cada vez más fuertes por eso es la importancia de buscar la manera de prevenir y los riesgos y las amenazas que pueden sobrevenir a causa de los cambios que se puedan generar en un determinado contexto a futuro; así podemos llegar a anticiparnos y asimilar de la manera más adecuada y claro posible la llegada de cambios en el entorno y nuevas tendencias.

En este contexto cabe asimilar la crisis como un elemento proyectual a partir del cual surge la necesidad de redefinir sentidos de la acción y de hacer de toda crisis una oportunidad para que emerjan nuevas ideas para la optimización, adaptación y reestructuración (Trejo y Gabriel, 2011).

Esquema de 4 Etapas para la Planeación Estratégica y Prospectiva.

Un esquema desarrollado por David Garvin, profesor de Harvard Business School, ilustra cuatro (4) etapas de la planeación estratégica, se trata de un proceso simple y fácil de comprender el cual es descrito a continuación (Trejo y Gabriel R. d., 2011):

Análisis de entorno. Esta etapa está enfocada al análisis de la industria y a la identificación objetiva de los diferentes factores que aporten positiva o negativamente). Asimismo, es necesario un buen autodiagnóstico el cual permita saber cuáles son las fuerzas (capacidades, competencias o habilidades) van a permitir el aprovechamiento de las oportunidades; del mismo modo también ayudará a identificar las debilidades que pueden limitar el logro de los objetivos planteados por una empresa o un sector económico.

Formulación. A partir del contexto interno y externo reconocido en la etapa anterior, es posible formular la estrategia con sus tres componentes: objetivos, plan de acción para lograrlos y capacidades y recursos que permitan llevar a cabo dicho plan de acción.

Programación. Es la etapa entre la formulación y la ejecución en donde se especifican las metas a alcanzar y se definen las actividades necesarias para alcanzar dichos objetivos.

Ejecución. En esta etapa se llevan a cabo las tareas y metas programadas, se coordinan recursos, se fijan prioridades y se hace seguimiento. (Trejo y Gabriel R. d., 2011)

Territorios Virtuales y Competitividad

Un territorio virtual es un espacio digital en el cual las relaciones entre personas/organizaciones/instituciones se despliegan en espacios como internet, espacios en los

cuales los usuarios cuentan con facilidades tanto para recibir como para compartir contenidos a velocidades aceleradas y con alcances masivos nunca dimensionados.

Las empresas y las comunidades en general se han visto impactadas de manera significativa a partir de la existencia de los territorios virtuales, pues han abierto un nuevo canal comercial, transaccional e incluso administrativo que provee como beneficio la eliminación de las barreras geográficas y la necesidad de desplazarse o crear espacios físicos que hoy por hoy ya no son necesarios, y que optimizan tiempo y costos. De esta manera el desarrollo de relaciones interterritoriales en el ciberespacio ha facilitado el surgimiento de una nueva geografía económica donde no existen barreras físicas y donde las organizaciones no solo se han permitido abrir nuevos mercados sino también modificar radicalmente su operación y gestión, proveyendo mayor flexibilidad y facilidad de adaptación a las variables condiciones del mercado (Rubert, 2003).

Si bien la existencia de los territorios virtuales se constituyen como una importante oportunidad para posicionar una organización o un sector, es de resaltar que la simple presencia en los mismos no es suficiente por sí misma, pues la ventaja competitiva se puede obtener únicamente a través de trabajo estratégico orientado al aprovechamiento de las múltiples herramientas comerciales que provee internet, y a la constante vigilancia tecnológica que permita reconocer, apropiar y adaptar las nuevos instrumentos que van surgiendo con el pasar del tiempo (Castells, 1997).

Teoría de la Globalización

Esta teoría nos muestra como el desarrollo mismo de la sociedad está siendo centralizado por medio de las nuevas tecnologías, en especial para las empresas ser más productivas y

competitivas en los mercados y al realizar estos procesos los sectores económicos crecen rápidamente . En relación a esto, Castells plantea que los factores culturales, la comunicación global, los vínculos internacionales entre países y la conectividad tecnología tanto en sectores sociales, económicos y políticos son los principales supuestos de la teoría de la globalización (Castells, 1997).

Metodología

Bajo un estudio cualitativo-descriptivo, se empleó en la primera fase de la investigación un análisis PESTAL para la evaluación del impacto de la pandemia en el contexto general del sector turístico en la costa caribe colombiana, así como un análisis de las fuerzas de Porter para determinar las características internas del mercado del turismo y cómo estas fueron afectadas.

Para identificar estos elementos afectados en la planeación estratégica y prospectiva del sector turístico en la zona anteriormente dicha se tomaron en cuenta de 4 etapas para la planeación estratégica y prospectiva, las 4 etapas de la planeación estratégica son el análisis de entorno, la formulación, la programación y la ejecución (Trejo y Gabriel, 2010), las cuales fueron analizadas una a una bajo las consecuencias de la pandemia.

Finalmente se empleó una FODA para establecer los aspectos y consideraciones que debe tener en sector en las futuras planeaciones estratégicas en el marco de las consecuencias e impactos de la llegada de la patología Covid-19 a Colombia.

Hipótesis

Los impactos que genera la pandemia por COVID-19 se traduce en cambios radicales en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las organizaciones de la costa caribe como San Andrés, Santa Marta y Cartagena que son zonas del sector turístico importante en Colombia.

Resultados

Efectos de la Pandemia en el Sector Turístico Colombiano.

Para realizar un análisis sobre los efectos de la pandemia en el sector turístico en la costa caribe como San Andrés, Santa Marta y Cartagena se considera pertinente efectuar la evaluación desde los diferentes contextos, para lo cual se propone realizar un análisis PESTAL (Político, Económico, Social, Tecnológico y Legal).

Análisis Político.

Si bien es cierto la pandemia es una problemática que se ha venido afrontando a nivel global, los gobiernos deben enfrentar sus consecuencias localmente, de acuerdo con las características de su contexto interno; a partir de ello surgieron debates respecto al tipo de medidas que las autoridades debían tomar para preservar la salud pública sin perder de vista que la economía es esencial para la estabilidad de una nación y debían generarse estrategias para evitar que esta colapsara.

En Colombia, la crisis relacionada con Covid-19 desató diferentes perspectivas entre los gobiernos locales y el gobierno nacional respecto al manejo de la misma, en principio se observó un choque de niveles donde cada gobierno local estableció sus propias normativas; algunos municipios decretaron primero que otras restricciones como toque de queda, pico y cédula entre otros; sin embargo, a partir del 18 de marzo mediante decreto se definieron disposiciones desde el orden nacional, estabilizando un poco este choque no habitual entre autoridades locales, regionales y nacionales.

Una segunda confrontación se experimentó entre el gobierno nacional y los locales respecto al cierre de fronteras y medidas de control, especialmente en estaciones aeroportuarias

internacionales; mientras que las autoridades locales solicitaban cierre inmediato, el gobierno nacional retrasó esta decisión, lográndose solo hasta el 23 de marzo. Esta medida causó una polémica importante en tanto que muchas personas sintieron indignación por el retraso en la decisión, mientras que otras apoyaban mantener abiertas las terminales principalmente por los casos de colombianos que se encontraban en el exterior y necesitaban ingresar al país. Desde la adopción de esta medida junto con las de aislamiento, el sector turístico se puso en jaque, prueba de ello el destacado caso de Avianca, la empresa de transporte aéreo requirió una total reestructuración para sobrevivir a los estragos de este colapso inesperado en las operaciones.

Si bien se presentaron choques políticos, la pandemia nunca llegó a generar una desestabilización importante, y, dentro del caos sanitario que se vivían, las regulaciones nacionales se desplegaron con normalidad en el país.

Análisis Económico

A partir los primeros efectos generados por la pandemia a nivel internacional, las naciones empezaron a adoptar diferentes tipos de medidas para mitigar la propagación del virus hacia otros espacios geográficos, dentro de las cuales se incluyó la restricción de la libre circulación de las personas por los diferentes tipos de medios de transporte. A mediados del mes de marzo de 2020, en Colombia ya estaban siendo aplicados una serie de protocolos orientados a atender la emergencia sanitaria presentada, ejerciendo control sobre el ingreso de personas al territorio nacional. Entre las principales medidas adoptadas en el país se destaca el cierre de fronteras y el aislamiento obligatorio en el territorio nacional. A raíz de este tipo de restricciones, uno de los principales sectores económicos afectados fue el turístico ; puesto que, por una parte, se generaron restricciones para la circulación y cierre de cualquier tipo de espacio que pudiera

generar aglomeraciones, los restaurantes solo podían operar a través de servicios de domicilio, y no era posible acceder a ningún tipo de servicio relacionado con esparcimiento, recreación o negocios.

El turismo a nivel mundial registró sus peores resultados en 2020 según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), debido a las restricciones causadas por la pandemia por Covid-19, presentando una disminución de visitas internacionales del 74%; lo cual se tradujo en mil millones de llegadas internacionales menos que en 2019, llevando a un declive en el sector que apenas está empezando a reactivarse y a buscar alternativas para su recuperación (UNWTO, 2021).

La restricción en torno a estos tipos de actividad generó pérdidas en Colombia de alrededor de 20,1 billones de pesos a lo largo del año 2020, valor que pudo representar aproximadamente un 1,5% del PIB. Si bien la tendencia del sector analizadas entre los años 2014 y 2018 fue creciente, en el año 2019 se presentó una caída en el ingreso de turistas al país en un 10% respecto al año inmediatamente anterior. Tomando en consideración lo expresado por el DANE, las industrias que podrían sufrir mayores daños son las que proveen servicios de alojamiento (estos representan un aporte del 65% del valor agregado del sector), las agencias de viaje y la industria de la aviación. Así mismo, se destaca que el turismo es un sector que aporta un 8% del empleo en Colombia, lo que representa un impacto significativo en términos de ocupación tanto directa como indirecta.

Tomando en cuenta las cifras arrojadas por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes (ANATO), los departamentos más impactados por la disminución del ingreso de turistas extranjeros son San Andrés y Providencia, Cundinamarca, Nariño, Bolívar, Antioquia, Valle y principalmente la capital del país. (ONATO, s.f.)

Análisis Social

La amenaza que representaba la situación del virus generó comportamientos sociales atípicos; el personal médico que por tradición había sido respetado, se convirtió en foco de insultos y amenazas por parte de algunas personas que por temor a la propagación del virus afrontaban con agresividad la presencia de los profesionales de la salud, la tensión del encierro, el temor por la vida ; e incluso las situaciones de desabastecimiento que alcanzaron a vivirse, desencadenó un exceso de estrés, ansiedad, tristeza, frustración, y agresividad en la población, solo por mencionar algunos de los efectos emocionales.

Si bien en la actualidad, gracias a los procesos de vacunación que han permitido mitigar la propagación y bajar significativamente las tasas de mortalidad por Covid-19, para el sector turístico se generan nuevas condiciones a evaluar, pues muchas personas aún tienen un temor importante frente al virus, razón por la cual evitan en lo posible la visita de lugares públicos, ocurriendo lo mismo con la población antivacunas, la cual presenta mayor probabilidad de desarrollo grave de la enfermedad, por lo cual también presenta restricciones de circulación.

Esta situación puede observarse desde diferentes puntos de vista, por una parte, sí existe en la actualidad un temor y una serie de restricciones asociadas a la visita a espacios públicos, lo cual limita un poco el mercado potencial; sin embargo, después de los meses de encierro vividos en la pandemia, muchas personas buscan la forma de compensar el estrés y las cargas emocionales sufridas en las cuarentenas, razón por la cual el sector turístico también podría encontrar oportunidades significativas para dinamizarse y recuperarse.

Por otro lado, vemos que el efecto a nivel social fue mucho más allá pues en los diferentes destinos de la costa caribe colombiana la población que habita estos lugares tiene como sustento diario únicamente en gran proporción este sector evidenciándose así que muchas

familias vieran afectadas duramente sus ingresos al solo depender de este medio para cubrir sus necesidades más básicas.

Análisis Tecnológico

Las medidas de aislamiento incrementaron significativamente el uso de internet tanto para actividades sociales y educativas como laborales y económicas; el acceso a este recurso se convirtió en una prioridad en el país, pues era la base para dar continuidad a muchos procesos en los cuales la virtualidad se convirtió en la única alternativa, a través de este medio era posible acceder a la educación, conocer productos y servicios ofrecidos en línea ya que no era posible visitar comercios de manera presencial, así mismo, se convirtió en el canal de comunicaciones por excelencia, no solo para que la población se mantuviera informada y entretenida, sino también para sentirse más cerca de sus familias y amigos que se encontraban distantes.

Se destaca entonces que, si bien la apropiación tecnológica ha venido siendo creciente en el último siglo, este evento sin duda marcó un hito que permitió terminar de apalancar el uso masivo de este tipo de recursos. A partir de la pandemia muchas empresas y emprendimientos se volcaron en los recursos tecnológicos como principal medio de promoción y comercialización. Es importante tener en cuenta que, dadas las particularidades del sector turístico, no era posible sustituir los servicios a través de medios digitales en la costa caribe de Colombia; sin embargo, algunas empresas del sector se dedicaron a vender promociones por medios digitales para canjes futuros, garantizando así ingresos durante el cese de actividades.

Análisis Legal

En el marco de la pandemia, se generaron diferentes tipos de disposiciones legales, las principales son las que se presentan a continuación.

Presidencia de la república

La presidencia de la república expidió la directriz 02 de 2020 dirigida a organismos y entidades de la rama ejecutiva orden nacional y territorial, la cual establece algunas medidas importantes para atender la contingencia generada por el COVID-19 utilizando el uso de las *tecnologías de la información y las telecomunicaciones*, observándose que, con miras de generar el menor traumatismo posible en las actividades administrativas, propone como principal estrategia de mitigación la maximización del uso de las tecnologías. (Libre, 2015)

Ministerio de Salud y Protección Social

La resolución 000666 del 24 de abril del 2020 especifica como normas generales de bioseguridad el lavado de manos, el *distanciamiento social* (mínimo 2 metros entre una persona y otra) y el uso del tapabocas, y, de manera complementaria, *la limpieza y la desinfección*, así mismo se destaca la importancia del *control de aforo* en los espacios físicos (lo cual se considera relevante el contexto de las campañas políticas tradicionales donde se ven con frecuencia multitudes ocupando espacios reducidos), aprovechamiento de ayudas tecnológicas para evitar aglomeraciones y evitar intercambio físico de documentos (*manejo electrónico de los documentos*). Esta resolución destaca la importancia de la capacitación en uso de herramientas tecnológicas para garantizar su apropiación y viabilizar su uso; así mismo, obliga a que actividades como el *telemercadeo se realicen de manera remota*.

Desde el 14 de diciembre de 2021 entra en vigor la exigencia del carné de vacunación contra la patología Covid-19 para mayores de 18 años; y desde el 28 de diciembre de 2021 para mayores de 12 años.

Ministerio del trabajo

Considerando que en el marco de las campañas políticas se hace necesaria la vinculación laboral de diferente tipo de personal, se considera pertinente relacionar la circular 0017 de 2020, en donde se expresa que tanto empleadores como contratantes deben promover el *trabajo remoto* cuando las actividades así lo permitan, así como reducir el número de reuniones presenciales al mínimo posible.

De acuerdo con la revisión normativa realizada, los principales aspectos que deben ser tenidos en cuenta respecto a recomendaciones y limitaciones que pueden impactar los procesos de campaña electoral son los siguientes:

Uso de las TIC en Actividades Administrativas. Recomiendan trabajo en casa y uso de herramientas colaborativas.

Control de Aforo. La capacidad de aforo de un recinto debe calcularse garantizando que se pueda garantizar un mínimo de 2 metros de distancia entre las personas.

Reducción de la Manipulación de Documentos Físicos. Se debe fomentar el uso de documentos electrónicos.

Telemercadeo Remoto. La norma obliga a que cualquier actividad relacionada con telemercadeo se desarrolle de manera remota.

Distanciamiento Social. Durante la emergencia el distanciamiento social debe ser una prioridad.

Es importante mencionar también que, desde la pandemia, la nueva normativa también vincula algunos días sin IVA que pueden ser aprovechados para incrementar las ventas en el sector.

Además del análisis PESTAL, se considera importante evaluar los impactos internos que se generan en el sector a nivel de competitividad, este análisis se puede lograr mediante la reflexión en torno a las cinco fuerzas de Porter.

Efectos en la Competencia en el Sector Turístico - Las Cinco Fuerzas de Porter

De acuerdo con la teoría propuesta por Porter, son cinco las fuerzas que definen la intensidad de la rivalidad entre las empresas; el análisis de las 5 fuerzas se hace con base en lo sucedido en el sector a partir de la pandemia.

Amenaza de Nuevos Participantes. En la llamada “era de la información” se presentó una tendencia creciente a la aparición de empresas digitales que deciden funcionar 100% en línea para ahorrar costos de infraestructura física, y que además aprovechan las bondades de internet para llegar a un amplio número de clientes potenciales; esta tendencia se potencializó con la llegada de la patología Covid-19 ya que la tecnología dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad, lo cual permite inferir que la amenaza de ingreso de nuevos participantes al mercado es alta.

Otras Partes Interesadas. Existe un importante esfuerzo por parte del gobierno a nivel de políticas públicas que busca básicamente constituir un ecosistema emprendedor e innovador impulsado por la constitución de empresas de base tecnológica como mecanismo propulsor de desarrollo económico y tecnológico, así mismo, la normativa también busca desarrollar

capacidades tecnológicas para que las empresas superen las barreras generadas con la llegada del virus al país, y es posible avanzar en la recuperación económica, lo que permite inferir que la amenaza de obstrucción por parte de otras partes interesadas es baja.

Poder de Negociación de los Proveedores. El poder de negociación de los proveedores está ampliamente vinculado a la región donde éstos prestan sus servicios, considerando que en algunos lugares ha disminuido la demanda y en otros ha incrementado; así mismo, como se mencionaba anteriormente, algunas regiones fueron más golpeadas que otras por la pandemia, lo cual hace variable la capacidad de negociación de dichos proveedores en función del contexto en el cual se encuentren ubicados geográficamente.

Poder de Negociación de los Compradores. El poder de negociación de los compradores es alto considerando que hoy en día existe una amplia oferta de servicios turísticos tanto a nivel nacional como internacional; máxime si se tiene en cuenta que a través de canales digitales es posible acceder a servicios de empresas ubicadas en lugares remotos, esto permite a los clientes elegir entre muchas empresas, incrementando su capacidad de negociación.

Amenaza de Productos/servicios sustitutos. Existe una alta amenaza de productos sustitutos ya que hoy en día los proveedores disponen de páginas web u otros mecanismos a través de los cuales ofrecen sus servicios de manera directa, omitiendo la intermediación y ofreciendo al cliente precios más bajos. Por otra parte, existen páginas web cuyos motores permiten a los clientes hacer búsquedas rápidas de servicios hoteleros u otros tipos de hospedaje o transporte que permiten al cliente acceder a costos moderados al tiempo que éste optimiza su tiempo.

Elementos de la Planeación Estratégica Impactados

En consistencia con la revisión teórica realizada, existen cuatro (4) etapas de la planeación estratégica que son el análisis del entorno, la formulación, la programación y la ejecución (Trejo y Gabriel R. d., 2011); en este sentido, y de acuerdo con los efectos analizados en el apartado anterior ; se analizan los elementos de la planeación estratégica y prospectiva del sector turístico que deben ser re-evaluadas.

Tabla 1*Etapas de la planeacion Estrategica*

Fase	Elemento analizar
Análisis de entorno	<p>El riesgo biológico que se puede generar en el marco de la actividad turística es alto, el uso de espacios comunes como piscinas, restaurantes, baños turcos, uso de sillas, elementos de aseo como toallas y muchos otros, en el pasado no representaba riesgos significativos de infecciones leves o similares, a partir de la pandemia por Covid-19, la contaminación de los espacios representan una amenaza importante para la salud y la vida; en este sentido, el sector hotelero en adelante, debe hacer un especial énfasis durante el análisis de entorno en los posibles riesgos biológicos que se puedan generar tanto al interior de las organizaciones (desde sus operaciones internas), como en la prestación de los servicios, salvaguardando el bienestar tanto de los empleados como de los clientes.</p> <p>Si bien las bases normativas en las cuales se debe enmarcar el sector turístico siempre han sido dinámicas, estas se han venido modificando con mayor frecuencia desde la llegada del virus al país; en este sentido, la vigilancia normativa permanente se convierte en un factor elemental en la fase de análisis de entorno de sector, siendo fundamental que sea tenida en cuenta para la planeación de sus acciones futuras.</p>

Las personas han modificado radicalmente sus formas de pensar, sus prioridades y su forma de actuar después de la pandemia por Covid-19, de modo que puede responder diferente a las estrategias que se puedan desarrollar desde el sector turístico, razón por lo cual es pertinente desarrollar estrategias para hacer un nuevo reconocimiento de las características de los clientes potenciales desde los efectos físicos, emocionales y perceptivos que se pudieron haber desarrollado durante los periodos más críticos de la crisis sanitaria.

Barreras relacionadas con el distanciamiento social nunca habían sido tenidas en cuenta para los procesos de formulación estratégica. Si bien en la actualidad se avanza en el proceso de normalización de las actividades en todos los sectores, el suceso ocurrido pone en evidencia que, eventualmente, podrían generarse más adelante nuevas restricciones relacionados con Covid-19, sus cepas, y enfermedad similares; en este sentido, la formulación estratégica debe contemplar medios alternos a los presenciales para el desarrollo de actividades.

Formulación La competencia se vuelve más ríida teniendo en cuenta que por la pandemia, muchas empresas se vieron obligadas a migrar a las alternativas digitales y otros mecanismo, razón por la cual son hoy por hoy más competitivas y a nivel de formulación se requieren estrategias innovadoras para lograr diferenciación en un mercado amplio y competido.

Desde los eventos ocurridos a partir de la pandemia, gran parte de las personas debieron eliminar las barreras tecnológicas y muchos de ellos tuvieron que aprender a utilizarlas y a apropiarlas; en esta medida, la demanda de bienes y servicios incrementó radicalmente, razón por la cual la planeación debe contemplar de manera prioritaria el componente tecnológico en las actividades de promoción, preventa, venta y posventa; así mismo, las personas prefieren evitar la visita de lugares concurridos, por lo que se debe generar un especial

fortalecimiento de la infraestructura de servicio al cliente, donde las personas puedan evitar el desplazamiento para la mayoría de las actividades relacionadas con la adquisición de servicios turísticos.

Si bien durante los aislamientos el sector turístico se vio totalmente restringido, es importante reconocer que las personas salen del aislamiento con una significativa necesidad de desarrollar actividades de descanso y esparcimiento, convirtiéndose esto en una gran oportunidad para el sector; ahora que se ha dado vía libre (aunque controlada) a la mayoría de los servicios turísticos, es momento de que las empresas turísticas desplieguen diferentes tipos de estrategias para invitar a las personas a la compra de paquetes turísticos.

Como se mencionaba anteriormente, bajo las condiciones actuales (sea por el mismo virus o amenazas similares), se puede generar nuevamente suspensión de los servicios turísticos o restricciones de diferentes tipos; en este sentido, la programación debe realizarse bajo un esquema flexible, tanto a nivel de procesos y actividades internas como en la prestación de los servicios.

Es fundamental tener en cuenta que bajo en nuevo contexto, los clientes pueden temer ante la posibilidad de adquirir paquetes turísticos y perderlos si se generan nuevamente restricciones ; en este sentido, se debe buscar la forma de generar confianza en el cliente ofreciendo opciones de reprogramación de sus viajes, sin que esto se constituya como una amenaza a la rentabilidad de las empresas; esto se puede lograr mediante estrategias de opción de reprogramación según disponibilidad, entre otras.

Programación

Ejecución Durante la ejecución, el aspecto fundamental que se debe tener en cuenta es dar cumplimiento al esquema normativo que se modifica regularmente; por el momento, la principal norma restrictiva que se encuentra en vigencia es la obligatoriedad en el esquema de vacunación (carnet) para acceder a ciertos espacios y las garantías en cuanto al mantenimiento de espacios bioseguros; sin embargo, esto puede ir cambiando, por cuanto la fase de ejecución deben enlazarse a su vez con la diagnóstica, la cual debe estar permanentemente retroalimentando la planeación, programación y ejecución.

Nota : Esta tabla muestra el análisis de las etapas estratégicas teniendo en cuenta las fases o variables de estudio.

Consideraciones y Criterios en los Análisis Prospectivos

Para definir las consideraciones que se deben tener en cuenta para los análisis prospectivos y planeación estratégica del sector turístico en la costa caribe de Colombia, se considera pertinente evaluar las condiciones del contexto desde las Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y amenazas de este. De acuerdo con el estudio de mercado realizado, se construyó la matriz DOFA que se presenta a continuación:

Tabla 2*Análisis DOFA*

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>La llegada del virus trajo consigo una crisis económica que vive el país actualmente y que apenas empieza su proceso de recuperación; las personas han perdido poder adquisitivo y los servicios de recreación y esparcimiento son secundarios.</p>	<p>Políticas públicas orientadas a adecuar el contexto y fortalecerlo para el progreso de las empresas desde bases tecnológicas (apoyos e inversiones del gobierno para estos fines que pueden ser aprovechadas por el sector turístico).</p>	<p>La venta de servicios turísticos no demanda necesariamente una infraestructura física, lo que permite operar desde la parte comercial con costos moderados.</p>	<p>Incremento en el número de empresas digitales que podrían entrar a competir en el mercado.</p>
<p>Respecto a otros tipos de productos y servicios, el sector turístico se encuentra ampliamente ligado a la presencialidad, lo cual se puede constituir como una barrera importante en eventos donde se restrinja la circulación de personas.</p>	<p>Días sin IVA Bajos costos de los tiquetes aéreos que pueden hacer más accesibles los paquetes turísticos para los clientes.</p>	<p>Los servicios turísticos se pueden vender en paquete, lo que facilita la realización de alianzas estratégicas con otros prestadores para ofrecer mejores experiencias al cliente, y bajo un esquema gana-gana con los otros aliados.</p>	<p>Alto nivel de competencia desde la pandemia, hoy en día muchas empresas del sector se reinventaron y fortalecieron.</p>
	<p>Aplicación del alcance de la oferta de los servicios tanto a nivel nacional como internacional a través de medios electrónicos.</p>		<p>Inestabilidad del contexto a causa de los problemas de salud pública que aún persisten y que potencialmente podrían llegar a hacer una amenaza.</p>
	<p>Clientes potenciales con necesidad de descanso y esparcimiento después de la crisis y el confinamiento. Ecosistema digital creciente.</p>		

Nota : En esta tabla se describe un DOFA del sector turístico en Colombia.

De acuerdo con la matriz DOFA presentada previamente, se establecen las siguientes consideraciones para el sector turístico en Colombia:

Es fundamental el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas para el apalancamiento del sector, ya no como una alternativa sino como una necesidad, teniendo en cuenta que el contexto de la pandemia terminó obligando a todas las industrias a la apropiación tecnológica, y, en este sentido, se convierte en un medio fundamental para la competitividad en el futuro para el sector turístico en la costa caribe.

El sector turístico debe desarrollar estrategias comerciales para aprovechar que los tiquetes aéreos se encuentran a bajos costos y los clientes potenciales están demandando con mayor necesidad el esparcimiento y la recreación después de los aislamientos. Esta es una importante oportunidad para el apalancamiento y la recuperación del sector en épocas de post-pandemia en San Andrés, Santa Marta y Cartagena como principales destinos turísticos en Colombia.

En los momentos de crisis en los que los servicios se encuentren restringidos, se puede fortalecer el trabajo comercial haciendo ventas para prestación de servicios futuros con ofertas para mantener un ingreso que le permita sostenerse mientras se logra la normalización.

Hoy por hoy , las principales ventanas al mundo se encuentran inmersas en la web, es por eso por lo que las redes sociales se convierten en un elemento competitivo esencial para salir a flote en el proceso de recuperación económico en las organizaciones y sería una estrategia ideal

Post-Covid 19

Es necesario hacer vigilancia normativa constantemente ya que la desestabilización del contexto por la pandemia y otros eventos obligan a estar identificando y aplicando las nuevas normativas en el sector turístico .

Los clientes del sector han desarrollado la necesidad de sentirse seguros no solo desde la infraestructura de los espacios sino desde la bioseguridad, es por eso por lo que se debe garantizar y comunicar a los clientes la implementación de los protocolos exigidos por la normativa vigente para así reducir el riesgo de contagio y trabajar para que se aumente de manera segura el número de turistas y , así , a futuro no tener una pérdida económica en las organizaciones de este sector como ocurrió en 2019.

El sector puede generar alianzas estratégicas para vender servicios más completos y ofrecer mejores experiencias, llamando así la atención de los clientes potenciales e incentivando la recuperación en la post- pandemia en la zona de la costa caribe.

Conclusiones

Se pudo determinar que los impactos generados por la pandemia permearon en todos los niveles, Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal; en este sentido, la planeación estratégica requiere tener en cuenta las nuevas condiciones del contexto, para responder a un cliente que a partir de la crisis sanitaria tiene nuevas restricciones, y ha modificado su forma adquirir productos y servicios, y que probablemente piense diferente después de estar expuesto a riesgos biológicos.

Tomando en cuenta los impactos transversales generados, la planeación necesariamente debe apropiarse de modificaciones en todas sus fases, desde el diagnóstico y la planeación, hasta la programación y la ejecución. De acuerdo con lo anterior, se confirma la hipótesis que establecía que los impactos que genera la pandemia por COVID-19 causaron cambios radicales en los estudios prospectivos y la planeación estratégica en las organizaciones del sector turístico en Colombia delimitados especialmente en la zona caribe colombiana como lo fue San Andrés, Santa Marta y Cartagena.

Finalmente puedo llegar a determinar con el desarrollo de esta investigación que el sector turístico colombiano hoy en día se debe implementar medios tecnológicos que les permitan ser económicamente estables en tiempos difíciles pues esto ayudara a que estén preparados en los momentos donde por cualquier motivo los turistas tengan que aislarse y abstenerse de visitar estos sitios de esparcimiento, con esto tendremos claro que en los momentos de crisis económica los clientes o turistas van a seguir comprando paquetes vacacionales económicos que ayudaran a que las empresas puedan mantenerse activas económicamente a pesar de las restricciones que hallan, siendo esto algo muy positivo para turistas y empresas del sector ya que al tener

presenten la implementación de las TIC como fortalecimiento en el sector se podrá tener aplicaciones que ofrezcan ofertas y servicio por medios electrónico.

Opinión

La industria turística en Colombia genera importantes aportes al PIB, además, destaca por ser una importante fuente de empleo, principalmente en regiones donde el turismo es la principal actividad económica (San Andrés , Santa Marta y Cartagena). Considerando que el turismo se ve tan limitado con sucesos como la pandemia que apenas se está superando, es necesario incorporar procesos de innovación que permitan mitigar estas barreras, para ello, se pueden explorar e integrar nuevas tendencias en el mercado, como por ejemplo las experiencias 3D que apenas están emergiendo u ofertas especiales en tiquetes en Post-Pandemia. El campo tecnológico crece aceleradamente y el turismo debe aprovechar todas las bondades que este provee. Se considera que, si el sector hubiera estado un poco más desarrollado y hubiera explorado otro tipo de alternativas, pudiera desarrollar ideas donde el cliente se acerque a la experiencia más realista posible a un viaje por diferentes destinos; este tipo de iniciativas son las que demanda el contexto actual y así se generaría un equilibrio económico en lo relacionado a pérdidas y ganancias en este sector.

Referencias

Ángel., M. J. (1 de agosto de 2014). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>

DANE. (2017). *Dane*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_hogares_2017.pdf

Díaz-Castrillón, F. J. (2020). *Universidad de antioquia*. Obtenido de <https://medicinaylaboratorio.com/index.php/myl/article/view/268>

Libre, U. (2015). Obtenido de <https://hdl.handle.net/10901/20515>

Medical, L. A.–T. (2020). *La Asociación Médica Mundial: WMA – The World Medical ...* Obtenido de <https://www.wma.net/es/que-hacemos/salud-publica/>

Montilla y Ambrosio, D. E. (2013). *Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia*. Recuperado el 11 de 3 de 2022, de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/4269>

ONATO. (s.f.). <https://anato.org/compendio-estadistico/>. Obtenido de <https://anato.org/compendio-estadistico/>

Revista Dinero. (25 de Mayo de 2015). *Revista Dinero*. Obtenido de Turismo: <https://www.dinero.com/economia/articulo/competitividad-turistica-colombia-2015/208809>

Revista Dinero. (2018). Ventas en agencias de viajes crecieron 11% en el primer trimestre del año. *Dinero*.

Revista portafolio. (11 de Agosto de 2011). *Portafolio*. Obtenido de Economía: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/esquivar-valle-muerte-286814>

Revista Portafolio. (8 de Marzo de 2018). *Portafolio*. Obtenido de Economía:
<http://www.portafolio.co/economia/en-seis-anos-el-pib-del-turismo-crecio-24-515062>

Trejo y Gabriel. (2011).

Trejo y Gabriel, R. d. (2011). Obtenido de
<https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/3781>

Weelen y Thomas, H. D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*.
Pearson.