

**Efectos de la pandemia de COVID-19 sobre la demanda turística internacional en
Colombia, año 2020**

Cristian Suárez Olivero

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá
2021

**Efectos de la pandemia de COVID-19 sobre la demanda turística internacional en
Colombia, año 2020**

Cristian Suárez Olivero

Director

Grace Margarita Angulo Pico

Trabajo de grado para optar al título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá

2021

Resumen

Se analiza el efecto de la pandemia COVID-19 sobre la demanda turística internacional en Colombia, durante el año 2020. Esto se logró a partir de: describir la tendencia de la demanda turística internacional (antes de la pandemia); caracterizar el perfil de los turistas internacionales que arriban al país; para finalmente, mostrar la tendencia de la demanda turística internacional (a nivel mundial y a nivel Colombia), durante la pandemia. Teóricamente se partió de los postulados de demanda agregada y demanda turística internacional. A nivel metodológico, se optó por el enfoque cuantitativo y el alcance descriptivo, a partir de variables como: demanda internacional de turistas, flujos de llegadas, Producto Interno Bruto (PIB), tipos de turismo, perfil de los turistas, e indicadores del mercado laboral turístico, tanto a nivel nacional, como internacional. Entre las principales conclusiones se resalta que el turismo como categoría de exportación a escala mundial, ocupa la tercera posición por detrás de productos químicos y combustibles y por delante del sector automotriz, siendo la principal categoría en países como México y Tailandia. Antes de la pandemia (año 2017), se registraron 1326 millones de llegadas de turistas internacionales a destinos de todo el mundo. A razón de la pandemia, se ha reducido la demanda turística a nivel mundial y a nivel Colombia, tendiendo efectos en todos los eslabones del sector, incluido el mercado de trabajo.

Palabras clave: demanda turística internacional, COVID-19, flujos de turismo, efectos económicos, turismo en Colombia.

Abstract

The effect of the COVID-19 pandemic on international tourism demand in Colombia during 2020 is analyzed. This was achieved by: describing the trend in international tourism demand (before the pandemic); characterize the profile of international tourists arriving in the country; to finally show the trend of international tourist demand (worldwide and Colombia), during the pandemic. Theoretically, it was based on the postulates of aggregate demand and international tourist demand. At a methodological level, the quantitative approach and the descriptive scope were chosen, based on variables such as: international tourist demand, ending flows, Gross Domestic Product (GDP), types of tourism, tourist profile, and market indicators. tourist labor, both nationally and internationally. Among the main conclusions, it is highlighted that tourism as an export on a world scale, occupies the third position behind chemical products and fuels and ahead of the automotive sector, being the main category in countries such as Mexico and Thailand. Before the pandemic (year 2017), there were 1.326 million international tourist arrivals to destinations around the world. Due to the pandemic, tourism demand has been reduced worldwide and at the Colombian level, having effects on all links in the sector, including the labor market.

Keywords: international tourism demand, COVID-19, tourism flows, economic effects, tourism in Colombia.

Tabla de contenidos

Introducción	9
Planteamiento del problema	10
Descripción del problema	10
Pregunta de investigación	12
Objetivos	13
General.....	13
Específicos.....	13
Justificación.....	14
Marco referencial	15
Revisión de literatura.....	15
Marco teórico.....	18
Teoría de la demanda agregada.....	18
Teoría de la demanda turística internacional.	19
Marco conceptual	20
Metodología	21
Panorama del sector turístico a nivel internacional y caso Colombia antes de la pandemia de COVID-19.....	30
Contexto general del sector turístico a nivel mundial	30
Demanda turística a nivel mundial	32
Contexto general del sector turístico en América Latina	33
Contexto general del sector turístico en Colombia.....	33
Demanda turística.	34
Flujos de turistas internacionales.	34
Producto Interno Bruto (PIB) del sector turístico.	37
Regiones con mayor demanda turística internacional.	39
Principales cadenas hoteleras.....	39
Tipos de turismo.	40
Mercado de trabajo del sector turístico.	41
Perfil de los demandantes internacionales de servicios turísticos colombianos	42
Procedencia.....	42

Motivaciones	42
Perfil	43
Estadounidenses	43
Europeos.	43
Mercosur.	43
Brasileros.	44
Argentinos.....	44
Migración venezolana.	45
Chinos y asiáticos.	45
Mexicanos.....	45
Gasto promedio.....	47
Balanza de pagos turística	48
Demanda internacional de turismo, durante la pandemia de COVID-19. Año 2020.....	49
Demanda internacional de turistas	49
Contexto mundial.....	49
Caso Colombia.....	51
PIB del sector turístico	52
Contexto mundial.....	52
Caso Colombia.....	53
Mercado laboral del sector turístico	54
Contexto mundial.....	54
Caso Colombia.....	54
Radiografía general del turismo de Colombia durante la pandemia	55
Medidas tomadas por el gobierno de Colombia a favor de la industria turística durante la pandemia.....	56
A favor de la oferta.	56
A favor de la demanda.	56
Conclusiones	58
Referencias	60

Lista de tablas

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	27
Tabla 3.....	30
Tabla 4.....	32
Tabla 5.....	32
Tabla 6.....	33
Tabla 7.....	35
Tabla 8.....	39

Lista de figuras

Figura 1. Número de viajeros extranjeros entrantes en Colombia. 2012-2020.	34
Figura 2. Distancia desde Cartagena hasta Mompox, Barranquilla, Santa Marta y la Guajira.	36
Figura 3. Ruta de El Dorado.....	37
Figura 4. Cadena de valor del turismo.	38
Figura 5. Cadenas hoteleras en Colombia.	39
Figura 6. Llegada de viajeros residentes en México a Colombia.....	46
Figura 7. Distribución del gasto promedio en dólares del turista mexicano por viaje en el exterior.	47
Figura 8. Cuenta de viajes y transporte de la cuenta corriente de servicios de la balanza de pagos de Colombia, años 2008 y 2017. Valores en millones de dólares.	48
Figura 9. Número de viajeros extranjeros entrantes en Colombia, 2012-2020.....	51
Figura 10. Variación anual del número de turistas extranjeros en Colombia.	52

Introducción

El turismo es una de las fuerzas económicas esenciales para el empleo, crecimiento, cultura y productos locales (Organización Mundial del Trabajo-OIT, 2020). De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), comprende las actividades de visitantes en lugares distintos al de su residencia habitual, durante un período de tiempo menor a un año, y con un objetivo diferente al de ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado (Camacho & Vanegas, La crisis del turismo por el COVID-19, 2020).

Pese a ser un motor trascendental de la actividad económica, el turismo se ha visto afectado negativamente por el virus del COVID-19. De acuerdo a Páez Riveros (2020), Martínez Sanabria & Medina Gómez (2020), y Rivera García & Pastor Ruíz (2020) el sector turístico ha sido uno de los más afectados por el virus, declarado pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020. Esta declaración ha traído consigo cierres de aeropuertos y por tanto reducción de la demanda turística en general, lo que ha hecho que, de estar atrapados por los problemas de sobre-turismo previos a la pandemia, se haya transcendido a la incertidumbre de cuándo y cómo se podrá poner en marcha la maquinaria turística, la cual se ha visto muy golpeada por las medidas de contención de la pandemia, siendo poco probable que vuelva a la normalidad en un futuro cercano, incluso después del levantamiento progresivo de las medidas; ya que las empresas que sobrevivan a la crisis seguirán teniendo dificultades en la fase de recuperación (Organización Mundial del Trabajo-OIT, 2020).

Para el caso puntual de Colombia el flujo internacional de turistas en 2020, cayó dramáticamente (-74,4%) respecto al mismo período de 2019 (primer semestre), situación compleja ya que el sector turístico es gran generador de divisas, por detrás del carbón y el petróleo; siendo líder del sector terciario en esta materia (Such Devesa, Zapata Aguirre, Risso, Brida, & Pereyra, 2009) (Díaz Olariaga & López Rodríguez, 2016).

Con base en el contexto previo y para darle seguimiento a línea de trabajo, la presente investigación está compuesta por once apartados incluida la introducción. A ésta le siguen: el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, el marco referencial, la metodología, los apartados de desarrollo, las conclusiones y las referencias.

Planteamiento del problema

Descripción del problema

El día 31 de diciembre de 2019 debido a varios casos de neumonía en Wuhan (provincia de Hubei, China) comenzó a materializarse el COVID-19 en el mundo. El 1 de enero de 2020, la OMS establece un equipo de apoyo a la gestión de incidentes en los tres niveles de la Organización: sede, sedes regionales y países; declarando así el estado de emergencia con objeto de abordar el brote que amenazaba con expandirse a pasos agigantados (Organización Mundial de la Salud- OMS, 2020). Luego de esto, el 12 de enero de 2020; China hace pública la secuencia genética del coronavirus causante del COVID-19, enfermedad infecciosa que se transmite por el aire, lo cual pone en riesgo al mundo entero incluyendo su economía. El 13 de enero de 2020 se confirma el primer infectado en Tailandia. El 11 de marzo de 2020, la OMS preocupada por los fuertes niveles de propagación de la enfermedad, su gravedad y la no actuación de los países sobre este nuevo virus, decide declararlo pandemia.

Según Martínez & Medina (2020) esto ha generado en el turismo caídas gigantescas desde el nivel micro y macroeconómico, haciendo de 2020 uno de los peores años a nivel mundial. Los mercados globales en especial la bolsa de Wall Street presentaron pérdidas cercanas a 6 billones de dólares, ya que de las diez empresas top del índice (Standard & Poor's 500 Index- S&P 500)¹ perdieron cerca de 1,4 billones de dólares.

Uno de los sectores más deprimidos por la crisis generada por el COVID-19 es el turístico. Páez (2020) argumenta que éste se ha visto muy afectado debido a las decisiones gubernamentales consistentes en el cierre de aeropuertos, lo que ha sido fatal para ciudades para las que su fuente principal de ingresos es el turismo; tal es el caso de Santo Domingo en República Dominicana y San Andrés y Santa Catalina en Colombia, ciudades en la que el turismo tiene una participación de 17% en el PIB. La escasa demanda turística nacional e internacional en estos territorios, ha ocasionado pérdidas de empleo.

En Colombia de acuerdo a estadísticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) (2019) en el año 2018 antes de la pandemia, el flujo de turistas fue de 104.483 personas, mientras que en 2020 en pleno pico pandémico éste se redujo a 26.866.

¹Es uno de los índices bursátiles más importantes de Estados Unidos. Se lo considera el índice más representativo de la situación real del mercado (Wikipedia, s.f.).

El anterior escenario permite aterrizar en la situación de la demanda de turismo, particularmente en la demanda turística internacional en Colombia debido a la crisis generada por el COVID-19, enmarcada en gran medida en las restricciones de entrada y salida de los países.

Pregunta de investigación

¿Cuál fue el efecto de la pandemia de COVID-19 sobre la demanda turística internacional en Colombia durante el año 2020?

Objetivos

General

Analizar el efecto de la pandemia de COVID-19 sobre la demanda turística internacional en Colombia, durante el año 2020.

Específicos

- Describir la tendencia de la demanda turística internacional (contexto mundial y caso Colombia) antes de la pandemia de COVID-19.
- Caracterizar el perfil de los turistas internacionales que arriban a Colombia.
- Describir la tendencia de la demanda turística internacional (contexto mundial y caso Colombia), durante la pandemia de COVID-19 (año 2020).

Justificación

El objetivo de esta investigación es informar sobre los cambios económicos que ha enfrentado la demanda internacional de servicios turísticos colombianos, debido a la pandemia de COVID-19, teniendo en cuenta la importancia del sector turístico como generador de empleo y garante de ganancias tanto a nivel nacional como a nivel mundial.

Siguiendo un enfoque cuantitativo se tienen en cuenta fuentes secundarias con objeto de contar con estadísticas respecto a las variables de interés tales como número de turistas antes y durante la pandemia, el perfil de los mismos y los efectos de estos flujos sobre los ingresos y utilidades del sector; información y análisis que servirán de insumo en aras de mejorar la planificación estratégica de los empresarios turísticos del nivel nacional. De igual manera, se da apertura a una línea de investigación en el programa de Negocios Internacionales de la Uniagustiniana, referente a los efectos económicos del COVID-19 en diferentes sectores de la economía real, línea que emerge como oportuna dado el contexto de pandemia

Marco referencial

Revisión de literatura

Rivera & Pastor (2020) en el artículo *¿hacia un turismo más sostenible tras el COVID-19? percepción de las agencias*, indica que la Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que el impacto de la pandemia en el turismo no tendrá precedentes, pues la predicción de reducción de la demanda turística se estima alrededor de menos un tercio (-1/3) con respecto a su valor en 2019, lo que equivale en promedio a 300 mil millones de dólares, cifra que implica un retroceso de la tendencia de crecimiento de entre cinco y siete años.

Castello (2020) en su artículo *desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19*, informa que con la aparición del coronavirus a finales de 2019, se configuró un nuevo escenario de aprendizaje para la industria turística mundial. Es por ello que considerando el contexto internacional cambiante, incierto y complejo; la OMT estimó que las llegadas de turistas internacionales podrían disminuir entre 20% y 30% en 2020.

Petrizzo & Páez (2020) con el artículo *el impacto del COVID-19 en el turismo. Apuntes para su esbozo*, afirmaron que la Organización Mundial del Comercio (OMC) estimó una contracción de los ingresos mundiales del turismo en -40% para diciembre del 2020.

Menchero (2020) con el artículo *flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión*, argumenta que las restricciones a los viajes aplicadas para frenar la COVID-19 en casi la totalidad de los países, han paralizado los flujos internacionales y la actividad turística.

Según el último informe de la OMT, en los primeros días de abril de 2020, los Estados miembros adoptaron restricciones, en el 100% en las regiones turísticas de África, Asia y el Pacífico; 93% de Europa y 92% de América.

En Latinoamérica, de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2020), entre 2020 y 2023 las pérdidas acumuladas del sector turístico oscilarán entre: 53 mil y 75,4 mil millones de dólares para el Caribe; entre 69,1 mil y 89, 2 mil millones de dólares para América Central y México; y entre 53 mil y 72,4 mil millones de dólares para América del Sur.

Filgueiras (2020) en su artículo *COVID-19 y su impacto en el turismo en Oaxaca (México)* muestra los efectos que causó el COVID-19 en las empresas que hacen parte del turismo en el territorio, mostrando para éstas un panorama devastador. No obstante, destacó que pese a la caída

de la demanda internacional, se logró identificar el advenimiento del turismo nacional, resaltando que el 95% de los turistas que visitan el Estado hoy día, son nacionales.

Mendoza & García (2020) con su artículo: *estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador*, argumentan que 2019 fue un año de crecimiento generalizado para la actividad turística mundial. Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecieron 4% hasta alcanzar los 1500 millones, sin embargo, este crecimiento aun siendo bueno, no superó al de los años anteriores, los cuales presentaron tasas excepcionales de crecimiento. Esta diferencia se atribuye a factores como la incertidumbre en torno al *Brexit*, las tensiones geopolíticas, comerciales; y la desaceleración económica mundial. Todas estas estimaciones se fueron en picada debido a la fuerte crisis sanitaria generada por la pandemia de COVID-19.

Aledo, et al. (2020) en el artículo *vulnerabilidad social y el modelo turístico-residencial español: escenarios frente a la crisis de la COVID-19* informan que difícilmente el sector turístico-residencial puede ser un vehículo de salida de la crisis generada por el COVID-19. Los autores resaltan que el alquiler de residencias en el mediterráneo español se ha visto muy afectado debido al bajo flujo de clientes. Puntualmente en Torrevieja una renombrada ciudad turística española, el desempleo en febrero de 2020 rozaba el 22%, mientras que la media española se situaba en 13,6%.

Korstanje (2020) con el artículo *el COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica* desde la Universidad de Palermo en Argentina, indica que la letalidad del COVID-19 ha generado una histeria colectiva, causando que la demanda internacional entrara en déficit.

En Colombia, Monterubbianesi, & Zapata (2011) con su artículo *impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia*, dan a conocer la evolución de la participación del turismo en el PIB nacional, destacando la tendencia alcista, pasando de 2,21% en 2000 a 2,32% en 2005. Las cifras de empleo generado por el sector, registraron un crecimiento del orden de 31,64% en el período 2001-2005 pasando de 50.154 puestos de trabajo a 66.0221 siendo el turismo un fuerte potenciador de empleo en el país.

Análogamente, Devesa, Zapata, Riso, Brida, & Pereyra (2009) con su artículo *turismo y crecimiento económico: un análisis empírico de Colombia*, plantean que el sector turístico generó durante la década de 1990 generó un ingreso de divisas país similar al producido por las exportaciones tradicionales, siendo equivalente al 3% del PIB.

Por su parte, Díaz & López (2016) con su artículo: *comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia*, argumenta que en el año 2014 el país recibió 4.916.885 turistas en vuelos internacionales y un movimiento interno de 20.103.234 turistas en vuelos nacionales. Los ingresos por turismo en dicho año, se ubicaron en el tercer renglón de generación de divisas (6,3%), después del carbón (11%) y petróleo (46,9%); siendo el primero del sector terciario.

Agudelo, Fajardo, González, Montes, & Rodríguez (2019) en su artículo: *llegadas de turistas internacionales a Colombia durante 2001-2017: evolución, características y determinantes*, informan que entre 2001 y 2017, más del 92% del total de los turistas que arribaron al país procedieron de 20 países, siendo Estados Unidos el que más aporta al total de viajeros internacionales (35%), seguidos por España y Venezuela. Los restantes países latinoamericanos adquirieron gran relevancia (14%), en particular los provenientes de Brasil, Panamá, Argentina, Chile y Perú. Desde Europa, sin incluir España, se destacaron los arribos provenientes de Francia, Alemania, Inglaterra, Italia y Suiza. Por otro lado, los viajeros provenientes de Australia y Asia aumentaron sus llegadas 19% y 12%, respectivamente durante el período de análisis.

Marco teórico

Teoría de la demanda agregada.

La demanda agregada de Keynes aparece en su libro: *the general theory of employment, interest and money*, publicado en el año 1936. Este concepto hace referencia a la existencia de una demanda agregada insuficiente, causante de desempleo; contradiciendo de esta manera la teoría ortodoxa (Ros, 2012).

La demanda agregada (DA) es la cantidad total de bienes y servicios adquiridos en un período de tiempo por los agentes que conforman una economía (hogares, empresas, instituciones sin ánimo de lucro, administraciones públicas y sector exterior). Está integrada por: consumo privado, inversión, gasto público, exportaciones e importaciones (exportaciones netas) (Keynes, 1936) en (Ros, 2012):

- Consumo privado (C): compras de bienes y servicios efectuadas por las economías domésticas, empresas e instituciones sin ánimo de lucro para satisfacer sus necesidades corrientes.
- Inversión (I): adquisiciones de bienes destinados al desarrollo de la actividad productiva, por parte de los de los sectores público y privado.
- Gasto público (G): bienes y servicios corrientes adquiridos por las administraciones públicas para el desarrollo de su actividad y para la atención de las necesidades colectivas.
- Exportaciones netas (XN): diferencia entre las exportaciones (X) e importaciones (M). Las exportaciones representan los bienes y servicios que siendo producidos en una economía se venden al resto del mundo. Las importaciones corresponden a los bienes y servicios que siendo producidos en el exterior son adquiridos en una economía para la satisfacción de las necesidades de sus agentes económicos.

La suma de los componentes consumo privado, inversión y gasto público da lugar a la demanda interna: $C + I + G$. Por su parte, las exportaciones netas representan el saldo con el sector exterior, que puede ser positivo, si las exportaciones son mayores que las importaciones, o negativo, si las importaciones superan las exportaciones.

La demanda agregada (DA) con presencia de sector externo está dada por:

$$DA = C + I + G + XN \quad (1)$$

De acuerdo con la ecuación 1, el sector exterior juega un papel importante en el crecimiento económico del país.

Tradicionalmente, una gran proporción del gasto turístico tiene como destino no sólo los sectores característicos del turismo como el transporte, los hoteles y la recreación; sino también otros sectores que no están explícitamente asociados con el turismo. Teniendo en cuenta que la contribución económica del turismo está repartida entre una serie de distintos sectores es difícil cuantificar la contribución del turismo a la economía. Es por ello que se considera como *turismo* sólo a los sectores relacionados directamente con él (específicamente, hoteles y restaurantes) (Devesa, Zapata, Risso, Brida, & Pereyra, 2009).

Teoría de la demanda turística internacional.

Las variables que intervienen en la demanda turística son: el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores. No obstante, ciertas alteraciones en las regiones de origen como crisis económicas o políticas, y/o pandemias; pueden alterar la probabilidad de que los turistas viajen (Entorno Turístico, 2018).

El posicionamiento del sector turístico de los países a nivel internacional se debe a los siguientes factores:

- Factores espaciales: hacen referencia a la distancia física existente entre los núcleos emisores y receptores. La distancia física deberá entenderse en términos distancia/tiempo y distancia/coste, pues su valor relativo y por tanto su importancia, va cambiando en función de las posibilidades técnicas de la realización de los viajes y del coste monetario de éstos. Por tanto, uno de los aspectos más importantes en la localización de las actividades turísticas es el grado de accesibilidad al lugar donde éstas se sitúan. Esta circunstancia determina lo que se conoce como renta de situación. A ello habría que unir otra serie de distancias tales como la cultural, política, idiomática, etc. Sin embargo, debido a las mejoras tecnológicas y de accesos e infraestructuras, disminuyen las distancias en términos de costes y tiempo. La renta de situación o ventaja comparativa, también va perdiendo importancia a la hora de explicar el desarrollo y competitividad de los destinos turísticos.
- Factores dinámicos: en este grupo se encuentran aquellos factores que pueden cambiar con el tiempo más fácilmente que los anteriores, entre ellos se destacan: la estructura receptiva, las infraestructuras, la mano de obra y el papel institucional. Hay que añadir a lo dicho la política monetaria, la influencia del valor de las monedas y la sucesión de situaciones económicas coyunturales (inflación, crisis cíclicas, etc.); que en conjunto pueden afectar la demanda

internacional de servicios turísticos en un país de origen determinado (Barroso González & Flores Ruiz, 2006).

El COVID-19 ha hecho que se reduzca la capacidad de pago y el consumo privado, lo que ocasiona un efecto dominó sobre la inversión, el gasto público y las exportaciones netas de los países, creándose así una fuerte baja de la demanda agregada (Lozano, 2020).

Como afirma Lozano (2020) después de resolver a corto plazo el primer impacto económico de la crisis, la economista jefe de Singular Bank, Alicia Coronil Johnson, cree que:

Claramente hay que dirigirse hacia un escenario de política fiscal expansiva, algo que va de acuerdo con la visión keynesiana... tomando para esto el ejemplo de las medidas que están tomando los países nórdicos para solucionar la crisis.

Marco conceptual

- Turismo: de acuerdo a la OMT es el “conjunto de actividades de visitantes en lugares distintos al de su residencia habitual, durante un período de tiempo menor a un año por un propósito distinto al de ser empleado”. (Organización Mundial del Turismo-OMT, s.f.).

Se considera turismo a los viajes y estancias que realizan las personas (visitantes) fuera de su lugar de residencia habitual por un período mínimo de un día (una noche de pernoctación) y máximo 365 días; por motivos de ocio, negocios, visita a amigos o familiares, compras, salud, entre otros. También se define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (Díaz Olariaga & López Rodríguez, 2016).

- Demanda internacional de servicios turísticos: De acuerdo a la OMT es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Estas necesidades se definen como la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado, a un precio determinado (Mamani Villasante, 2016).

Metodología

El enfoque de la investigación es cuantitativo, para Maita (2016):

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confiando en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.

El alcance de la investigación es descriptivo, ya que la prioridad es describir las características de un fenómeno. Su función principal es profundizar o medir conceptos o situaciones, utilizando para ello fuentes secundarias, es decir información recopilada y procesada por otras personas y/o instituciones (Pérez, 2019).

Tabla 1.

Identificación de variables utilizadas por los autores de la revisión de literatura

Autor o autores	Año	Nombre de la variable	Concepto de la variable y la manera como mide	Unidades de medida	Período de tiempo de la variable	País/ Lugar geográfico para el cual se hizo el estudio
Rivera García & Pastor Ruíz	2020	Demanda turística	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de referencia.	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2019-2020	N.A.
Menchero Sánchez	2020	Flujos internacionales de turistas	Representan gráficamente las relaciones entre los espacios geográficos turísticos y las personas.	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	2020	N.A.

Castello	2020	Llegadas de turistas internacionales	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	2020	Argentina
Filgueiras Nodar	2020	Demanda internacional	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de referencia.	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2020	México
Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio	2020	Llegadas internacionales	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	2020	Ecuador
Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio	2020	Ingresos por turismo internacional (exportaciones)	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto internacional de turistas.	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto	2020	Ecuador

				internacional de turistas.		
Petrizzo & Páez	2020	Ingresos mundiales del turismo	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto internacional de turistas.	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto internacional de turistas.	2020	N.A.
Aledo y otros	2020	Desempleo	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero no tiene empleo o lo ha perdido.	Tasa de desempleo (%) (Desempleados/ Población Económicamente Activa (PEA) *100	2020	España
Korstanje	2020	Demanda internacional	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Actividades realizadas por los visitantes	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2020	Argentina

			residentes dentro del país de referencia.			
Brida, Monterubbianesi, & Zapata Aguirre	2011	empleo	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar.	Tasa de desempleo (%) (Desempleados/ Población Económicamente Activa (PEA) *100	2011	Colombia
Such Devesa, Zapata Aguirre, Risso, Brida, & Pereyra	2009	Demanda internacional	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de referencia.	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2009	Colombia
Díaz Olariaga & López Rodríguez	2016	Empleo	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar.	Tasa de desempleo (%) (Desempleados/ Población	2016	Colombia

				Económicamente Activa (PEA) *100		
Félix Mendoza & García Reinoso	2020	Demanda turística	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de referencia.	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2020	Colombia
Bauzá Martorell & Melgosa Arcos	(2020)	Flujos internacionales de turistas	Representan gráficamente las relaciones entre los espacios geográficos turísticos y las personas.	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	2020	España
Instituto Distrital de Turismo (IDT)- Observatorio de Turismo	(2019)	Demanda turística	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos.	2020	Colombia

			necesidades. Actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de referencia.			
CEPAL	2020	Empleo	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar.	Tasa de desempleo (%) (Desempleados/ Población Económicamente Activa (PEA) *100	2020	Chile

Nota. Elaboración propia.

Tabla 2.

Operacionalización de variables

Variable	Medición de la variable	Tipología de la variable	Período de medición de la variable	Unidades de medición de la variable	Fuente
Demanda internacional de turistas	Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos	Cuantitativa	2016 a 2020	Gasto monetario en bienes y servicios turísticos por parte de turistas internacionales.	OMT

	con el objetivo de cubrir sus necesidades.				
Flujos/ llegadas internacionales de turistas	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	Cuantitativa	2016 a 2020	Número de personas que ingresan a los países por motivos turísticos.	OMT
Ingresos monetarios por concepto de turismo internacional	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto de turistas internacionales.	Cuantitativa	2016 a 2020	Ingresos monetarios del sector turístico por concepto de gasto de turistas internacionales.	OMT
PIB del sector turístico	Valor monetario de producción del sector turístico.	Cuantitativa	2016 a 2020	Valor monetario de producción del sector turístico.	Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)
Tasa de desempleo del sector turístico	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero no tiene empleo o lo ha perdido en el contexto del sector turístico.	Cuantitativa	2016 a 2020	(Desempleados/ Población Económicamente Activa (PEA) *100	DANE

Tasa de ocupación (empleo)	Relación porcentual entre la población ocupada y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET).	Cuantitativa	2016 a 2020	(Ocupados/ Población en Edad de Trabajar (PET) *100	DANE
Cadenas hoteleras	Empresa que administra a través de una gestión única de un gran número de hoteles ubicados en diferentes áreas. Pueden ser propietarios totales o parciales del hotel y gestionar su administración, marketing y promoción.	Cuantitativa	2016 a 2020	Número de cadenas.	Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco) Asociación Hotelera Colombiana (Asotelca)
Clases de turismo	Diferenciación de actividades por las cuales se visita un lugar.	Cualitativa	2016 a 2020	Clases de turismo.	Cotelco, Asotelca
Regiones del país con más potencial turístico	Regiones del país más visitadas por extranjeros internacionales.	Cuantitativa	2016 a 2020	Regiones del país con mayor demanda internacional de servicios turísticos.	Cotelco, Asotelca

Nota. Elaboración propia.

Panorama del sector turístico a nivel internacional y caso Colombia antes de la pandemia de COVID-19

Contexto general del sector turístico a nivel mundial

Como categoría de exportación a escala mundial, el turismo ocupa la tercera posición, por detrás de productos químicos y combustibles y por delante del sector automotriz. En muchos países en vías de desarrollo como México y Tailandia, el turismo es el principal sector de exportación (Organización Mundial del Turismo- OMT, 2018).

Tabla 3.

Llegada de turistas internacionales año 2016 y 2017. Valores en millones de personas

Origen	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Europa	592,8	636,6	672,3
Asia y el pacifico	314,4	337,6	358,7
Américas	211,6	211,6	235,0
Oriente Medio	36,3	36,8	40,6
África	39,6	42,5	45,5
Origen no especificado	46,4	47,9	48,9

Nota. Elaboración propia con base en Organización Mundial del Turismo- OMT, (2019).

Antes de la pandemia según la Revista Organización Mundial del Turismo (2018, pág. 4) “en el año 2017 se registraron un total de 1326 millones de llegadas de turistas internacionales a destinos de todo el mundo, representando este valor 91 millones más que 2016”. Por otra parte, “los ingresos por turismo internacional aumentaron 4,9% en términos reales (cifra ajustada por la fluctuación de la tasa de cambio y la inflación), hasta alcanzar los 1,34 billones de dólares en 2017” (Organización Mundial del Turismo- OMT, 2018). Estas estadísticas muestran que el sector turístico a nivel mundial antes de la pandemia presentaba una tendencia creciente, caracterizada por una robusta demanda de viajes, tanto en mercados tradicionales como emergentes. Por regiones, Oriente Medio lideró el crecimiento en cuanto a ingresos, gracias a que varios destinos se recuperaron de forma decidida de los resultados más débiles obtenidos en 2016. Con respecto a las subregiones, el crecimiento fue significativo en Asia meridional y Asia sudeste, así como en Europa Meridional y Mediterránea, y África del Norte.

De acuerdo a García López (2019) la demanda turística del mundo en 2018 se comportó de la siguiente manera:

Europa:

- 713 millones de turistas internacionales, crecimiento de 6% respecto de 2017.
- Crecimiento liderado por Europa meridional y mediterránea (7%), Europa central y oriental (6%) y Europa occidental (6%).
- Debilidad de llegadas a Reino Unido.
- España marcó récord histórico con 82,6 millones de llegadas de turistas internacionales en 2018. Esta cifra supone un crecimiento de casi el 1% sobre 2017 (0,9%), haciendo que el país siguiera en el *top 3* del mundo, sólo superada por Francia y Estados Unidos.

Asia / Pacífico:

- 343 millones de llegadas de turistas internacionales, crecimiento de 6% respecto de 2017.
- Lidera sudeste asiático (7%), seguido de noreste de Asia (6%) y el sur de Asia (5%).

África:

- 67 millones de llegadas internacionales, crecimiento de 7% respecto de 2017.
- Lidera el crecimiento África del norte (con 10%) que se va recuperando después de años de descensos por atentados e inestabilidad política.
- Le sigue África subsahariana con 6%.

Oriente Medio

- 64 millones de llegadas de turistas internacionales, crecimiento de 10% respecto de 2017 (el mayor de todo el mundo).

América

- 217 millones de llegadas internacionales, crecimiento de 3% respecto de 2017.
- Lidera América del norte (4%), seguido de América del sur (3%).
- América Central y Caribe tuvieron malos resultados con descenso de -2%, debido al impacto generado por los huracanes Irma y María.

En términos generales, los crecimientos sostenidos del turismo a nivel mundial se deben a que en los últimos años (2016-2018) se presentó una tendencia económica sólida en varios mercados, acompañada del desarrollo de nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio y la apertura de mercados, debido a la mayor facilidad para gestionar visados (García López, 2019).

Demanda turística a nivel mundial

Impulsadas por una economía mundial relativamente fuerte, una creciente clase media en las economías emergentes, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, costos de viaje asequibles y la simplificación del régimen de visados; las llegadas de turistas internacionales crecieron 5% en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1400 millones (*Organización Mundial del Turismo- OMT, 2019*).

Tabla 4.

Demanda de turistas a nivel mundial. Año 2018. En número de personas

Continente	Cantidad	%
Américas	216 millones	15,4%
Europa	710 millones	50,6%
Asia y el Pacífico	348 millones	24,8%
África	67 millones	4,7%
Oriente Medio	60 millones	4,2%
Demanda total	1401 millones	100%

Nota. Elaboración propia con base en Organización Mundial del Turismo- OMT (2019).

Es importante destacar también la demanda en 2016, la cual iba en aumento.

Tabla 5.

Demanda de turistas a nivel mundial. Año 2016. En número de personas

Continente	Cantidad	%
Américas	199 millones	16,1
Europa	616 millones	50,1
Asia y el Pacífico	308 millones	25
África	58 millones	4,7
Oriente Medio	54 millones	3,9

Demanda total	1229 millones	100
----------------------	----------------------	------------

Nota. Elaboración propia con base en Organización Mundial del Turismo- OMT (2019).

Contexto general del sector turístico en América Latina

En América Latina en 2018 las llegadas de turistas aumentaron 5% respecto a 2016. Un robusto turismo en Argentina, junto con el repunte de Brasil, propició el crecimiento. Por su parte, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Uruguay registraron un crecimiento de dos cifras en llegadas en 2018 (Organización Mundial del Turismo- OMT, 2018).

Tabla 6.

Demanda de turistas en países latinoamericanos año 2017 y 2018. Valores en millones de dólares

Países	Año 2017	Año 2018	Variación porcentual %
Argentina	6.710	6.942	3%
Brasil	6.589	6.621	0,4%
Chile	6.450	5.723	-12%
Perú	4.032	4.419	9%
Colombia	3.631	3.898	7%

Nota. Elaboración propia con base en Organización Mundial del Turismo-OMT (2019).

Contexto general del sector turístico en Colombia

Siguiendo a Mackey & Peña (2016), la fuerte dependencia de Colombia hacia el sector primario, principalmente el petróleo y el carbón; ha llevado a considerar el turismo una alternativa real de ingresos, ya que por medio de la biodiversidad y riqueza cultural, se busca promover dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que fomenten la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.

Díaz Sandoval (2020) informa que desde 2015 el valor agregado turístico nacional ha crecido 31%; y el sector subió siete puestos en el índice de competitividad en viajes y turismo del Foro Económico Mundial² (en 2017 puesto 62/136 y en 2019 55/140), generando más de 1,9 millones de empleos en 2018 (3,7% más que en 2017) y aportando el 8,8% del total de empleos del país.

² Iniciativa del Foro Económico Mundial que se realiza de forma bienal desde 2006 con el fin de medir los factores y políticas que hacen posible el desarrollo sostenible del sector turístico y que contribuyen directamente al desarrollo y la competitividad de los países (Consejo Nacional de Competitividad, 2019).

En 2019, de acuerdo al Viceministro de Turismo, Julián Guerrero: “Colombia estaba de moda y el crecimiento en el turismo receptivo tenía una tendencia positiva en contraste con Suramérica, ya que el país crecía seis puntos porcentuales por encima de la región” (Díaz Sandoval, 2020). Adicional a esto, en 2019 se presentó récord en ocupación hotelera (57,8%), los ingresos nominales de las agencias de viajes crecieron 3,7%, los ingresos de los hoteles 10,6%; la conectividad internacional tuvo 17 nuevas rutas y 39 nuevas frecuencias internacionales. En términos de pasajeros movilizados nacional e internacionalmente, la cifra fue de 41,2 millones de pasajeros.

Demanda turística.

Según el MinCIT (2019), la demanda internacional de servicios turísticos en Colombia entre 2016 y 2018 estuvo constantemente en aumento, ya que en 2016 la demanda era de 2.241.031 turistas extranjeros y en 2018 aumentó a 2.709.043; cayendo fuertemente en 2020 (691.952 turistas) debido al cierre temporal de fronteras y los controles aduaneros a causa del COVID 19.

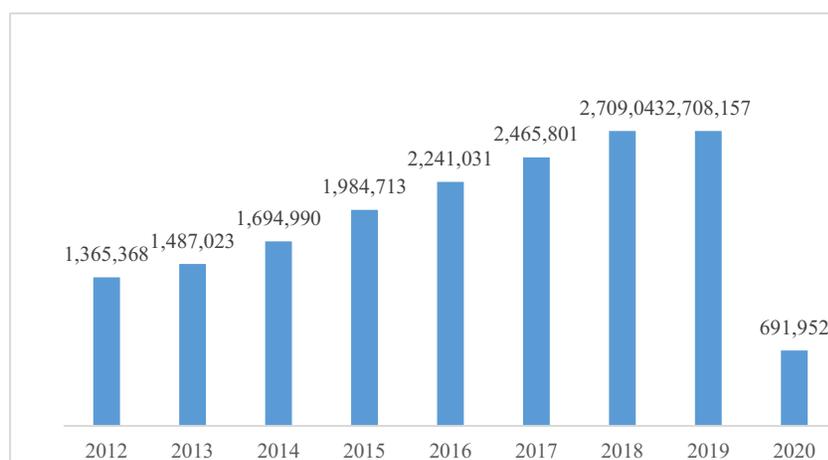


Figura 1. Número de viajeros extranjeros entrantes en Colombia. 2012-2020. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2019).

Flujos de turistas internacionales.

El valor exportado por servicios de turismo en Colombia exhibió una tendencia creciente en 2017, constituyéndose en el principal componente de las exportaciones de servicios del país (4900 millones de dólares aproximadamente), representando el 8% del total de los ingresos corrientes externos (Agudelo, Fajardo, González, Montes, & Rodríguez, 2019). De acuerdo a estos autores, entre 2001 y 2017, más del 92% del total de los turistas que arribaron al país, procedieron de 20 países, siendo Estados Unidos el que más aporta al total de viajeros internacionales (35%).

Alineados a estos argumentos la Cámara de Comercio de Bogotá (2019) informó que hasta noviembre de 2018, 2.709.043 turistas extranjeros habían ingresado al país. Por ciudades estas estadísticas se desglosan así:

Tabla 7.

Número de visitantes extranjeros en Colombia, 2018

Ciudad	Visitantes	%
Bogotá	1.104.446	47,2%
Cartagena	433.058	18,5%
Ipiales, Nariño	400.976	17,1%
Medellín	282.363	12%
Cali	118.891	5%
Total	2.339.734	100%

Nota. Elaboración propia con base en Cámara de Comercio de Bogotá (2019).

Sólo entre el 11 y el 15 de diciembre de 2018, Cartagena recibió catorce cruceros con 38.373 personas que dejaron un gasto estimado en 4,2 millones de dólares. La Heroica es paso obligado hacia otras regiones como: San Basilio de Palenque, El Carmen de Bolívar, San Jacinto y Mompo; y departamentos como: Atlántico, Magdalena y La Guajira (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

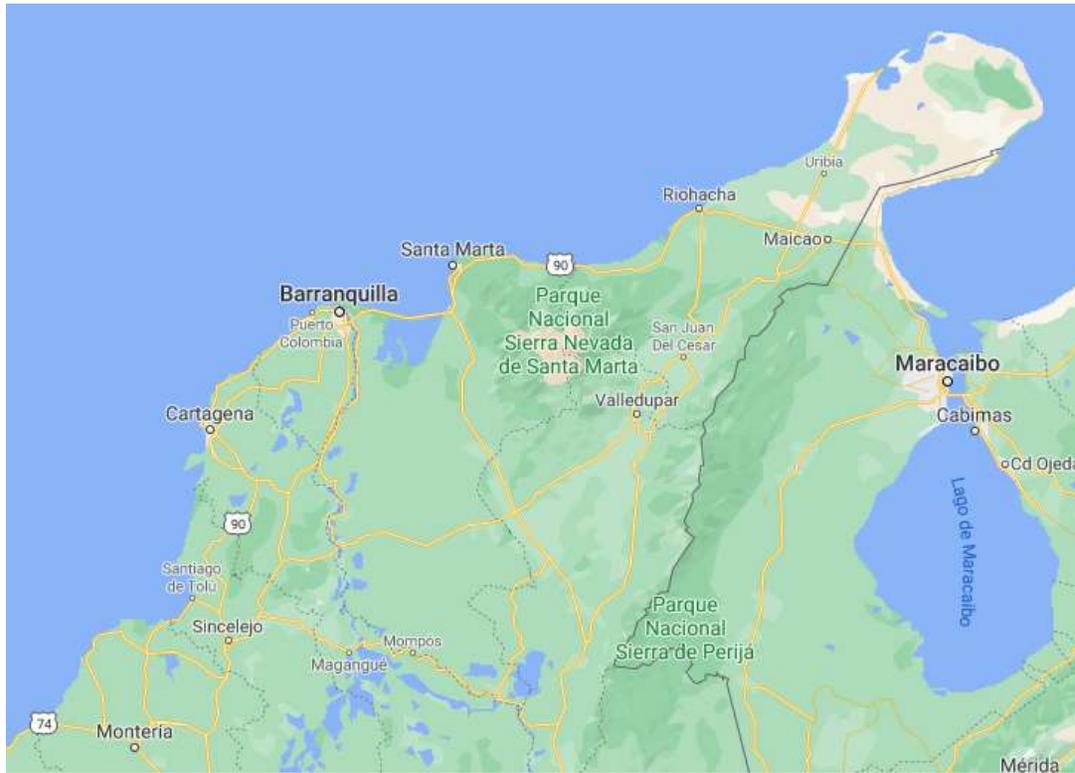


Figura 2. Distancia desde Cartagena hasta Mompox, Barranquilla, Santa Marta y la Guajira. Google maps (s.f.).

Bogotá por su parte, fortaleció experiencias más que sólo atractivos. Experiencias tales como la visita a plazas de mercado, *bicitravesía* por Bogotá y la Ruta de El Dorado (alianza de Bogotá, Cundinamarca y Boyacá) para dar al extranjero la oportunidad de recorrer la ruta de los muiscas. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

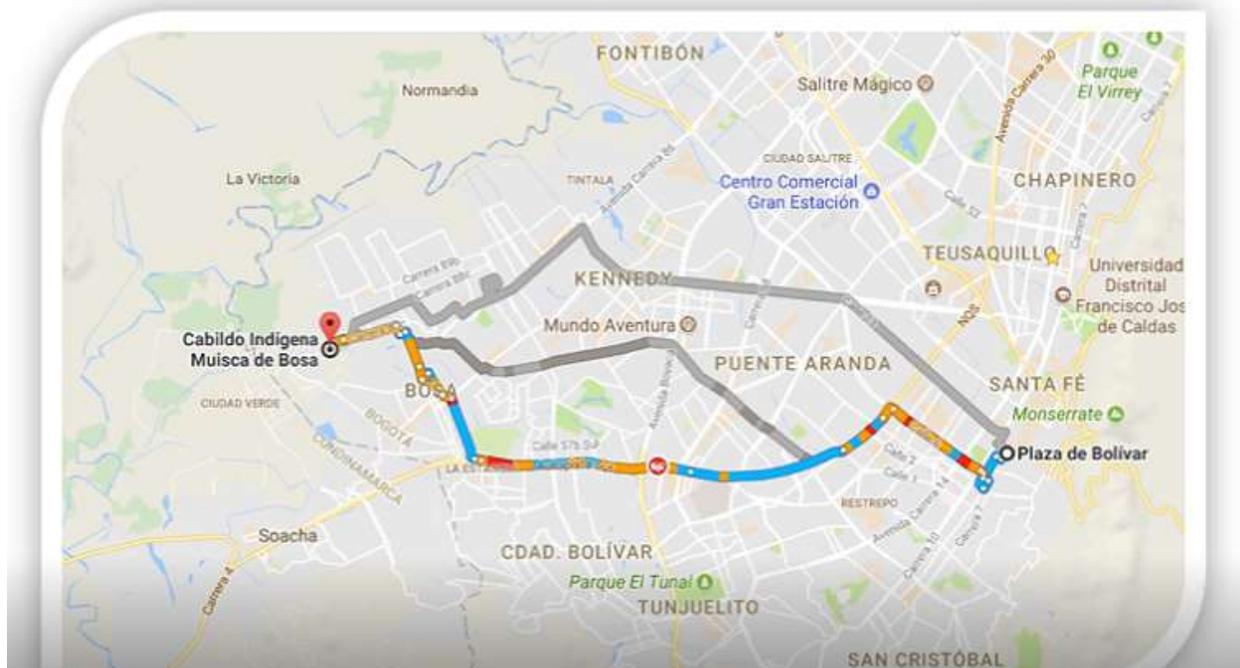


Figura 3. Ruta de El Dorado. Ruta de El Dorado (s.f.).

Análogamente, Medellín recibió 85.473 ciudadanos del exterior, cifra que representó un incremento de 6,7% en comparación con la misma fecha de 2017, siendo el principal atractivo turístico de la ciudad el alumbrado navideño y su versátil oferta cultural.

En el Valle del Cauca, las actividades empresariales, vacacionales y planes como el ecoturismo marcaron el movimiento principalmente en Cali. Entre los productos turísticos más apetecidos aparecen la gastronomía, las escuelas de salsa y el avistamiento de aves.

Finalmente, de acuerdo con Migración Colombia, 2018 fue el mejor año para el país en cuanto a turismo se refiere. Las estadísticas oficiales demuestran que la mayor parte de visitantes extranjeros, sin contar Venezuela, provenían de países como Estados Unidos, España y México (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

Producto Interno Bruto (PIB) del sector turístico.

Es posible establecer normas para medir el PIB generado por el consumo de turistas internacionales. Éste sería la suma del valor añadido (a precios básicos) generado en todas las industrias, en respuesta al consumo turístico interior, y el importe de los impuestos netos sobre los

productos y las importaciones incluidas dentro del valor de este gasto (Instituto Vasco de Estadística, s.f.). Martín (2013) presenta la cadena de valor del sector turismo así:



Figura 4. Cadena de valor del turismo. Elaboración propia con base en Martín (2013).

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** presenta la cadena de valor del turismo, la cual se soporta en estructuras legales, organizativas, de dotaciones y de servicios públicos que pasan luego al sector privado.

Para el caso colombiano, Brida, Rodríguez-Brindis, Mejía-Alzate, & Zapata-Aguirre (2017), definen que el PIB del sector turístico de acuerdo a las siguientes sub-industrias:

- Servicios de alojamiento
- Servicios de suministro de comidas y bebidas
- Servicios de transporte terrestre
- Servicios de transporte por vía acuática
- Servicios de transporte por vía aérea
- Servicios complementarios y auxiliares al transporte
- Servicios inmobiliarios y de alquiler de vivienda
- Servicios de asociaciones y esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios de mercado
- Servicios de asociaciones y esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios de no mercado
- Otros productos no característicos del turismo.

Regiones con mayor demanda turística internacional.

Según el MinCIT, la ciudad colombiana con más demanda de turismo extranjero es Bogotá, seguida de los departamentos de Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca y el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Tabla 8.

Número de turistas por departamentos colombianos. Año 2019

Departamentos	Número de turistas	% de participación
Bogotá	1.259.414	46,50%
Bolívar	530.178	19,57%
Antioquia	438.530	16,19%
Valle del Cauca	198.849	7,34%
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	98.603	3,64%
Otros departamentos	182.583	6,74%

Nota. Tomado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2019).

Principales cadenas hoteleras.



Figura 5. Cadenas hoteleras en Colombia. Elaboración propia.

Según cifras del MinCIT, en Colombia hay 9987 hoteles con 241.625 habitaciones, los cuales completan un total de 398.874 camas; cifra que creció 35% en promedio entre 2014 y 2019. GHL Hoteles lidera el mercado nacional, con 33 hoteles, once centros de convenciones y más de 75

restaurantes que operan bajo el modelo de franquicias, entre las cuales se incluyen firmas como Sonesta, Four Points by Sheraton, Park Inn by Radisson, en más de 16 ciudades colombianas. En segundo lugar, figura la cadena Estelar, la cual cuenta con 26 opciones de hospedaje en once ciudades del país. Con 21 hoteles en diez ciudades diferentes, en la tercera casilla se ubica la cadena Hilton, que con Hilton Bogotá Corferias, y Ágora, se posiciona en la capital del país como un Distrito Ferial de la región. En la cuarta posición figuran dos cadenas con 19 hoteles: Decamerón, que abarca hospedajes hasta en ocho ciudades ubicadas en Amazonas, Boyacá, Cundinamarca, Eje Cafetero, y la costa Caribe; y el grupo OxoHotel que también cuenta con 19 hoteles de alta gama, ubicados en Bogotá, La Guajira, Cartagena, Santa Marta, Barranquilla, Bucaramanga, Quibdó, Pereira y San Andrés (El isleño, 2019).

Tipos de turismo.

Colombia es un país muy diverso, ya que cuenta con turismo de aventura con diversidad de prácticas como *rafting*, *kayak*, parapente, *canopy* y *rappel*; *trekking*, paracaidismo, ciclismo, ciclo montañismo y ecoturismo; debido a los grandes contrastes geográficos: altas montañas, profundos valles, selvas, bosques húmedos y secos desiertos, con un litoral sobre el océano Pacífico muy diferente al del océano Atlántico (Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel, s.f).

El turismo histórico es rico en destinos y experiencias, pues se tienen parajes coloniales con clara herencia (Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel, s.f). El gastronómico es el resultado de la fusión de alimentos, prácticas y tradiciones culinarias de las culturas indoamericanas, europeas (principalmente española) y africana; y aunque no hay consenso en cuanto a un único plato que represente a toda la gastronomía colombiana, se destacan la arepa y el sancocho como los más representativos. Otros platos regionales destacados son la bandeja paisa típica de la región antioqueña, el ajiaco santafereño, la lechona tolimense y huilense, el mote de queso costeño, entre otros (Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel, s.f). De otro lado, en el turismo cultural se destacan los castillos de la época colonial, las casas antiguas, palacios, fuertes, catedrales e iglesias. Análogamente, en el turismo arqueológico se resalta la oportunidad de descubrir las huellas de las sociedades prehispánicas que habitaban estos territorios, sus modos de vida, su forma de organización, su grado de desarrollo, su alimentación, sus creencias, sus construcciones (Ecomochilas, s.f.).

Haciendo especial hincapié en el turismo religioso, en Colombia predomina la religión católica, por lo cual las prácticas que atraen mayor número de personas en temas religiosos son las fiestas dedicadas a Jesucristo, a los santos, y a las múltiples advocaciones de la Virgen María, especialmente cuando éstos son patronos de un pueblo o ciudad en particular (Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel, s.f). Colombia cuenta con 21 sitios religiosos propios de la religión católica, los cuales son atractivos para su visita en tiempos de festividades religiosas tradicionales y fines de semana. Estos sitios han sido organizados en lo que se conoce como la *Ruta de la Fe*, la cual se ha dividido en tres partes: la Andina conformada por Bogotá y Cundinamarca (Bojacá y Zipaquirá), Boyacá (Tunja, Chiquinquirá y Villa de Leyva) y Norte de Santander (Pamplona); la Sur Occidente integrada por Nariño (Ipiales y Pasto), Cauca (Popayán) y Valle del Cauca (Cali y Buga); y la Caribe; conformada por Bolívar (Mompox y Cartagena) y Magdalena (Santa Marta) (Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel, s.f).

Mercado de trabajo del sector turístico.

El artículo del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (Cptur) (2018) titulado: *el empleo en el sector turismo: análisis de los indicadores laborales para Colombia y Bogotá*, destaca que la generación de empleo del sector turístico fue de 7,8% en el total del país y 6,7% sobre el total de Bogotá en 2017, lo que significó 1.357.103 empleos en Colombia y 274.879 en la capital del país. No obstante, de acuerdo con Gustavo Toro, Presidente de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco):

Pese al avance en la mayoría de los indicadores laborales del sector, la informalidad se mantiene como uno de los principales retos a superar, pues con la generación de empleo en condiciones de legalidad, es posible mejorar la calidad de vida de los trabajadores vinculados a la cadena de valor del turismo.

En materia de contratación en 2017, 46 de cada 100 personas se encontraban vinculadas de manera directa con las empresas prestadoras de servicios turísticos, siendo el sector hotelero y de agencias de viajes los de mayor contribución (80%) de los trabajadores.

Perfil de los demandantes internacionales de servicios turísticos colombianos

Procedencia

Colombia es un país altamente turístico, siendo es destino predilecto entre la oferta de países sudamericanos (Rocha, 2020). Las principales motivaciones de los extranjeros para visitar Colombia son: vacaciones, recreo y ocio; siendo éstas las razones del 68,2% de las visitas; seguidas de los negocios y motivos profesionales con 19%. La principal ciudad de destino es Bogotá, seguida por Medellín, Cali y Cartagena.

En lo que se refiere al origen de los visitantes en 2019, Estados Unidos se reportó como el principal emisor de turistas extranjeros a Colombia, seguido por la Unión Europea (16,4%) con importante presencia de países como España, Francia y Alemania. Casi a la par se encuentran los integrantes del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) con un 14,5% de las visitas, seguidos de los asiáticos y mexicanos (Directorio Turístico, 2020). Venezuela emerge también como gran emisor, pero por fenómenos migratorios temporales y/o permanentes.

Es importante resaltar el rol de Procolombia institución que ejerce influencia en la promoción y lanzamiento del país como destino turístico sostenible y de alta calidad, facilitando la llegada de viajeros internacionales, la generación de divisas y el desarrollo de las regiones; bajo la premisa de que el turismo tiene efectos en el desempeño económico del país, entre otras cosas porque a través de éste se puede sacar provecho del aumento del dólar (Diaz Sandoval, 2020).

Motivaciones

Según cifras del DANE, entre junio de 2016 y junio de 2019, el ocio fue el principal motivo de viaje de los turistas extranjeros, con un 46,8% de los ingresos justificados por este motivo, lo que coincide con el inicio de la temporada vacacional de mitad de año. En segundo lugar, se encuentra el turismo de negocios, con 41,8% pues las visitas por eventos o congresos motivaron el 6,6% de las visitas de extranjeros, lo que demuestra que el turismo *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions* (MICE) presenta una tendencia creciente. Según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali y Barranquilla, lideran el ranking de ciudades preferidas por los extranjeros para adelantar sus reuniones de carácter corporativo.

Perfil

Estadounidenses.

Acorde con el periódico *Huffington Post*, los viajeros estadounidenses se caracterizan por buscar destinos de sol y playa. Los destinos para los norteamericanos tienen que ser más versátiles a la hora de ofrecer estilos de viaje como la vida nocturna, la aventura en familia, el lujo y el *relax*.

En general, los viajeros residentes en Estados Unidos, tienden a viajar acompañados de otro adulto o en pareja (56%), solos (33%), con hijos menores de 18 años (31%), con familiares mayores de 18 años (16%) y con amigos (17%). Los viajeros estadounidenses a la hora de elegir un destino se basan en la recomendación de un amigo o familiar, siendo México y El Caribe los más demandados de la región.

Para el caso de Colombia, las ciudades más demandadas por los estadounidenses son: Bogotá (49%), Cartagena (13%), Medellín (16%), Barranquilla (4%) y Cali (8%) (Petro, Simancas, Piñeros Laverde & Bravo, 2014).

Europeos.

Las visitas de los europeos a Colombia se incrementaron 12% entre enero y septiembre de 2018, como resultado de las más de 300.000 menciones turísticas sobre Colombia en redes sociales, debido a la notable mejora en los indicadores de percepción de seguridad, algo que sin duda ayuda a que los turistas se decidan por Colombia como destino vacacional (El Espectador, 2013).

Respecto de la satisfacción con el servicio hotelero, los indicadores muestran resultados heterogéneos en función de los diferentes mercados: mientras franceses y alemanes mejoraron su percepción; españoles, británicos e italianos muestran menos satisfacción que en 2017. Con relación a los intereses, se destaca la ponderación hacia productos culturales y naturales; sin embargo, se observan diferencias: los españoles muestran más inclinación por la gastronomía, y el *shopping*; y los alemanes y franceses se interesan por los productos naturales y el turismo de sol y playa (El Espectador, 2013).

Mercosur.

La actividad turística puede contribuir a reforzar la identidad regional y subregional de los esquemas de integración (Catalano, 2013). A nivel intrarregional, el turismo entre los países del Mercosur ha ido creciendo paulatinamente, debido a la flexibilización de trámites aduaneros y circulación de personas; destacándose también los logros de cooperación y apoyo entre componentes del sector privado tales como operadores turísticos, hoteleros y compañías aéreas

(Toselli, 1995). Brasil y Argentina se destacan como los mayores emisores de turismo tanto al interior del Mercosur como fuera del esquema.

Brasileros.

Procolombia tiene identificadas oportunidades para atraer turistas brasileros a Colombia, a través de la promoción de experiencias turísticas en el segmento vacacional relacionadas con naturaleza, cultura, sol y playa, aventura y cruceros que ofrecen destinos como Cundinamarca, Boyacá, Chocó, Meta, Bolívar, San Andrés y Providencia, y Magdalena. En cuanto al segmento corporativo, el mercado brasileros tiene potencial como emisor de turistas para viajes de incentivos, *golf* y convenciones en ciudades como Bogotá, Medellín, Cartagena y Cali.

- En términos generales, los turistas brasileros:
- Tienen entre 24 y 44 años.
- Programan sus vacaciones con uno o tres meses de anticipación.
- Tienen un promedio de cuatro semanas de vacaciones al año, lo que los convierte en viajeros multi-destinos con una estadía aproximada de 17 noches.
- Sus principales prioridades a la hora de viajar son aprovechar al máximo el tiempo de ocio y pasar tiempo con sus familiares y amigos.
- Prefieren realizar *oures* y visitar dos o más ciudades en un mismo viaje.
- Los destinos de sol y playa son sus preferidos.
- Los principales rubros de gasto lo componen: las compras (31%), el transporte (29%), las comidas y bebidas (11%), y el alojamiento (11%).
- Bogotá, Cartagena y San Andrés, son sus principales destinos los principales destinos en Colombia.
 - Colombia tiene conexión directa con Brasil: 29 frecuencias semanales, 21 de ellas desde Sao Paulo, siete desde Río de Janeiro y una desde Fortaleza con una oferta de 5970 sillas a la semana (Procolombia, 2015).

Argentinos.

El alojamiento preferido entre los argentinos es el hotel. A la hora de reservar una habitación, los aspectos más determinantes para realizar la elección son: desayuno incluido, wi-fi gratis, pileta, buena vista desde la habitación, y *check-in* y *check-out* flexible. Otros factores que determinan la decisión de reservar son: buen restaurante, spa e instalaciones de entrenamiento (Diario de Mendoza, 2019).

Migración venezolana.

En los últimos cinco años, Colombia ha pasado de albergar menos de 100.000 ciudadanos venezolanos a más de 1,7 millones. La mayoría de ellos llegó al país en condiciones que se mueven entre la urgencia y la necesidad, huyendo de una situación de crisis en su país de origen.

Chinos y asiáticos.

El flujo de extranjeros chinos que arriba a Colombia aumentó en los últimos años, lo que ha permitido explorar grandes oportunidades de inversión y exportación en cada una de las regiones colombianas. El continente asiático por su parte, también ha presentado crecimiento en las llegadas de sus nacionales a Colombia. Durante 2012 ese continente tuvo una participación de 1,9% (7645 extranjeros provenientes de China) y en 2013 (enero – abril) ingresaron 10.877 extranjeros provenientes de Asia.

Los principales intereses de los extranjeros chinos son el turismo y los negocios. A través de la Cámara de Comercio e Integración Colombo-China (CHICC), se han diseñado diferentes planes turísticos y misiones comerciales que han permitido la llegada al país de grupos de empresarios y/o delegados del gobierno con el ánimo de visitar empresas, buscar nuevas oportunidades de inversión, hacer nuevos negocios, conocer la diversidad cultural y tomar espectaculares fotografías. La CHICC busca dar a conocer las diferentes empresas colombianas en materia de producción y oferta exportable, con el fin de que se incrementen las exportaciones y las relaciones comerciales. Gracias a las diversas políticas de promoción y desarrollo, se han invertido grandes sumas de dinero en infraestructura hotelera, que han aportado más de 16.000 empleos. Estos hechos, sumados a las firmas de nuevos y próximos tratados de libre comercio (TLCs) demuestran que Colombia cuenta con un gran potencial de servicios para ofrecer en el sector turístico (Legiscomex, 2018).

Mexicanos.

La economía de México tuvo un crecimiento de 2,3% y 1,8% en 2016 y 2017 respectivamente, siendo 652 dólares el gasto promedio del turista mexicano en sus viajes al exterior durante 2018. México es el quinto emisor de turismo hacia Colombia, teniendo entre 2015 y 2017 un crecimiento constante en la emisión de viajeros al país, lo que representó una participación promedio de 6,1% en el total de llegadas (Procolombia, 2017).



Figura 6. Llegada de viajeros residentes en México a Colombia.

Procolombia (2017).

En términos generales:

- El turista mexicano gasta más en compras, transporte, comidas y bebidas.
- Busca conocer la cultura del país que visita.
- Le gusta conocer la vida nocturna y toma sus vacaciones usualmente en verano (julio y agosto).
- El 40% de los mexicanos que viaja al extranjero busca una estadía entre 11 y 15 días.
- Privilegian los hoteles cinco estrellas.
- El 42% de las decisiones de viajar las toman en pareja.
- Los jóvenes entre 18 y 35 años (*millennials*) planean escapadas con amigos, pareja o se aventuran solos a conocer destinos internacionales. Los adultos entre 35 y 49 años (generación X) planean sus vacaciones con familiares o viajes románticos con su pareja a ciudades grandes. En la etapa que transcurre entre los 50 y los 65 años (*boomers*) los viajeros se inclinan por descubrir nuevos destinos. Después de los 60 años (generación silenciosa) las personas deciden armar sus vacaciones con todo incluido (Procolombia, 2017).

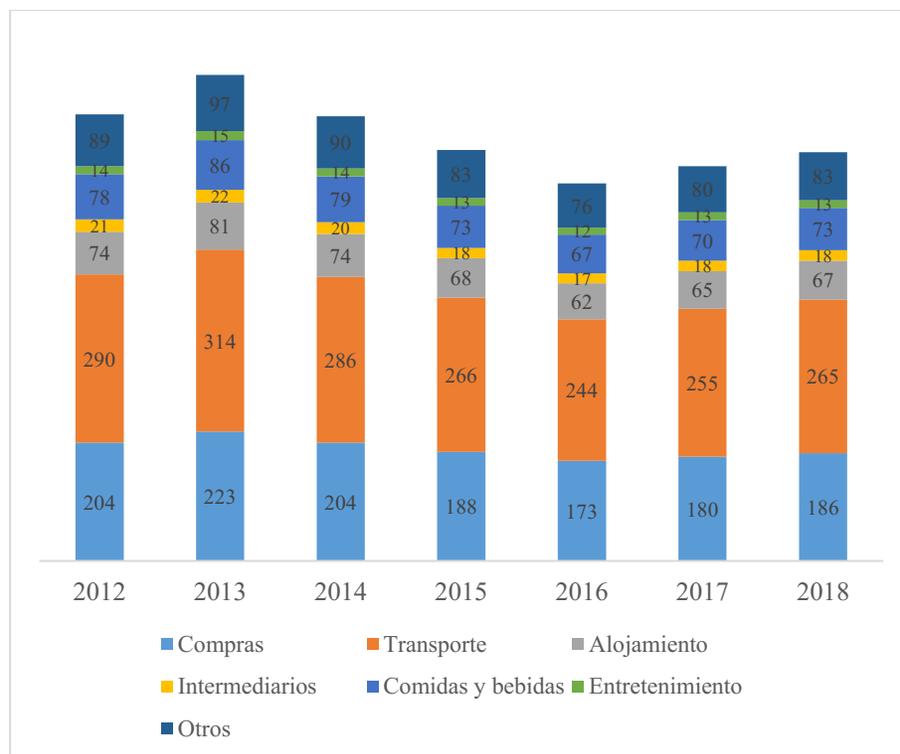


Figura 7. Distribución del gasto promedio en dólares del turista mexicano por viaje en el exterior. Elaboración propia con base Procolombia (2017).

Gasto promedio

Un estudio realizado por la Anato denominado: *comportamiento y preferencias del viajero en Colombia*, revela datos sobre el gasto que suelen realizar los extranjeros durante sus viajes al exterior. Entre las tendencias se destacan que quienes se desplazan solos a Colombia gastan un promedio de 1240 dólares; las personas que viajan junto con su familia suelen invertir 1750 dólares; el que lo hace con amigos desembolsa alrededor de 1500 dólares; y el turista que arriba con su pareja llega a invertir 1356 dólares.

El panorama general de los rubros de gasto muestra que: hospedaje, tiquetes aéreos y ropa son algunos de los productos y servicios en los que más gastaron los turistas extranjeros en 2019. Adicionalmente, cerca del 80% del gasto fue realizado por visitantes procedentes del continente americano. El país con mayor gasto fue Estados Unidos, que tuvo una participación de 46,6%, seguido por Ecuador (11,4%), Panamá (4,7%), España (3,7%), Argentina (3,5%), Perú (3,2%), México (2,9%), Canadá (2,9%), Reino Unido (2,3%) y Chile (2%) (El Universal, 2019).

Bogotá, Cartagena y Medellín son los destinos que representan el 70,8% del gasto total de los turistas extranjeros no residentes en Colombia. En Bogotá, las prioridades de gasto para los visitantes extranjeros en el año 2019 fueron: 23,8% en aerolíneas y 18,1% en hoteles. En Medellín, los gastos en hoteles registraron una participación de 24,5%, seguidos de restaurantes con 11,7%. Agosto y diciembre son los meses en los que más se registran compras, y el día de la semana que los visitantes extranjeros prefieren para gastar es el viernes. Los turistas extranjeros no residentes en Colombia que en 2019 seleccionaron Cartagena como su destino, tuvieron sus mayores gastos en servicios hoteleros, los cuales representaron el 42,7% del total de sus costos de viajes (El Universal, 2019).

Balanza de pagos turística

Durante 2017 el turismo en Colombia representó 5800 millones de dólares en la sub-cuenta de viajes y transporte, correspondiente a la cuenta corriente de servicios de la balanza de pagos. En los primeros tres trimestres de 2018 la cifra alcanzó 4778 millones de dólares, representando 82% de avance respecto al valor de 2017, y un 11,4% del total de las exportaciones colombianas (Villegas Vasquez & Ortiz Yela, 2018).

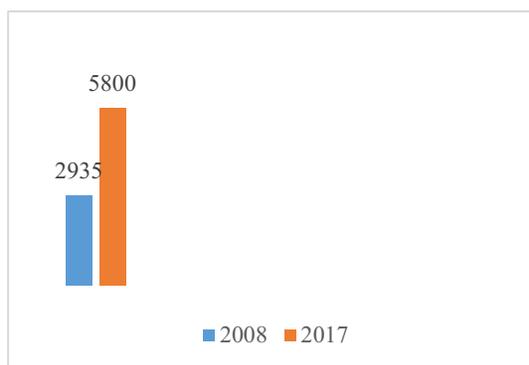


Figura 8. Cuenta de viajes y transporte de la cuenta corriente de servicios de la balanza de pagos de Colombia, años 2008 y 2017. Valores en millones de dólares. Elaboración propia con base en Villegas Vasquez & Ortiz Yela (2018).

Al comparar el crecimiento del este indicador desde 2008, se percibe un aumento de 97,6%, pasando de 2935 millones de dólares, a 5800 millones dólares en 2017. Lo anterior, demuestra que el turismo crece con rapidez convirtiéndose en motor clave del progreso económico del país.

Demanda internacional de turismo, durante la pandemia de COVID-19. Año 2020

Antes de conocerse el primer caso de COVID-19 en Colombia (marzo de 2020), las reservas de vuelos hacia el país ya habían disminuido aproximadamente 69,33%, con relación a los mismos días del mes de febrero. Las ventas durante el mismo período, habían caído 48,3% en promedio. El empleo en el sector disminuyó 18,2% (El empleo, 2021).

De acuerdo con proyecciones del Fondo Monetario Internacional (FMI), se esperaba que el PIB de Colombia se contrajera -7,8%, en 2020, lo que constituiría la primera recesión del país desde 1999. Para el FMI, el dinamismo que traía la economía colombiana y las rápidas respuestas de política económica ante la pandemia, permitían pronosticar una caída de la actividad económica menor a la de otros países de Latinoamérica y el Caribe, región que en conjunto tendría una caída de -9,4% en 2020. Adicionalmente, el ente multilateral considera que, si la situación de salud se estabiliza, Colombia podría liderar la recuperación económica de la región, con un crecimiento de 4,0% en 2021, por encima del promedio esperado en Latinoamérica (3,7%).

Los pronósticos del Banco Mundial y la CEPAL van en igual sentido. El Banco Mundial proyectó una caída de la economía colombiana de -4,9% en 2020 y una recuperación de 3,6% en 2021, con una perspectiva mejor a la de Latinoamérica y el Caribe para las que estimó una caída de -7,2 en 2020 y un crecimiento de 2,8% en 2021. La CEPAL pronosticó que la economía colombiana se contraería -5,6% y América Latina y el Caribe -9,1% en 2020.

Demanda internacional de turistas

Contexto mundial.

En los primeros cinco meses de 2021, las llegadas de turistas internacionales se han reducido más de la mitad a nivel mundial. En Estados Unidos, se han perdido 320.000 millones de dólares en ingresos por turismo. “La crisis ha supuesto una gran conmoción para las economías desarrolladas, pero para los países en desarrollo constituye una emergencia, en particular para muchos pequeños Estados insulares del Caribe y países africanos (Organización de las Naciones Unidas- ONU, 2020).

En los Estados insulares del Caribe, el turismo representa cerca del 80% de las exportaciones. A su vez, también representa una proporción importante de las economías desarrolladas: en Alemania (3,9%), en Francia (7,4%) y en España (11,8%) (Organización de las Naciones Unidas- ONU, 2020).

Según la última edición del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, todas las regiones del mundo, continuaron experimentando fuertes descensos en el número de llegadas durante enero de 2021. Las pruebas obligatorias, las cuarentenas y en algunos casos, el cierre total de las fronteras, han obstaculizado la reanudación de los viajes internacionales. Además, la llegada de las vacunas y su administración ha sido más lenta de lo esperado, retrasando el reinicio del turismo.

Todas las regiones del mundo han sido duramente golpeadas.

- Asia y el Pacífico, es la región que sigue teniendo el nivel más alto de restricciones, registró el mayor descenso de las llegadas internacionales en enero de 2021.
- Europa y África sufrieron ambas un declive de 85% en las llegadas, mientras que Oriente Medio registró una caída de 84%.
- Las llegadas internacionales a las Américas se redujeron en 77% en enero, tras unos resultados ligeramente mejores en el último trimestre de 2020.

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirmó: “El año 2020 ha sido el peor en los anales del turismo. La comunidad internacional debe tomar medidas firmes y urgentes para garantizar un 2021 prometedor. Una mejor coordinación entre los países y la armonización de los protocolos de viaje y salud, son factores esenciales para restablecer la confianza en el turismo y permitir que se reanuden los viajes internacionales de manera segura con la vista puesta en el verano del hemisferio norte”.

Basándose en las tendencias actuales, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales en el primer trimestre de 2021 serán 85% inferiores a las del mismo período de 2019, lo que significaría una pérdida cercana a 260 millones de llegadas internacionales en comparación con los niveles anteriores a la pandemia. Con la vista puesta en el futuro, la OMT ha esbozado dos escenarios para 2021, los cuales consideran un posible repunte de los viajes internacionales en la segunda mitad del año; basándose en diversos factores, pero especialmente en el levantamiento de las restricciones, el éxito de los programas de vacunación y la introducción de protocolos armonizados. El primer escenario indica un repunte en julio, que llevaría a un aumento del 66% de las llegadas internacionales en comparación con los mínimos históricos de 2020. En ese caso, las llegadas seguirían estando un 55% por debajo de las registradas en 2019. El segundo escenario, considera un posible repunte en septiembre, lo que conduciría a un incremento de 22% en el número de llegadas en comparación con el año previo. En ese caso, la cifra sería 67% inferior a la de 2019 (Organización Mundial del Turismo- OMT, 2021).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) elaboró un Modelo de Demanda Turística Internacional (MDTI), que permite entender los efectos del COVID-19 en el sector turístico. El MDTI fue diseñado como una metodología para anticipar la demanda turística internacional en cada mercado emisor, a partir de la construcción de escenarios y bajos los siguientes supuestos:

- En términos microeconómicos, el turismo es un bien de lujo cuya elasticidad ingreso tiende a ser mayor que uno (1), esto implica que un aumento de la renta o ingreso producirá un incremento mayor en la demanda de turismo que en la demanda de un bien normal.
- No obstante, por contrapartida una caída en la renta (en este caso originada por la crisis de COVID-19) producirá una caída en la demanda, superior a la que tendría un bien normal.

El MDTI está disponible para analizar la demanda de 19 países de Latinoamérica, éstos son: Argentina, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, y Uruguay. Como características interesantes se destacan: se actualiza con base en las estadísticas oficiales de cada país; realiza proyecciones de variables importantes para el sector, (número de turistas, gasto turístico, PIB y empleo turístico tanto directo como indirecto); y permite al usuario trabajar a partir de diferentes escenarios.

Para América Latina el MDTI estima que en 2020 la región perdió 134.337 millones de dólares de PIB turístico directo y otros 195.868 millones de dólares si se consideran todos los impactos indirectos e inducidos que desencadena el sector (Risso, 2021).

Caso Colombia.

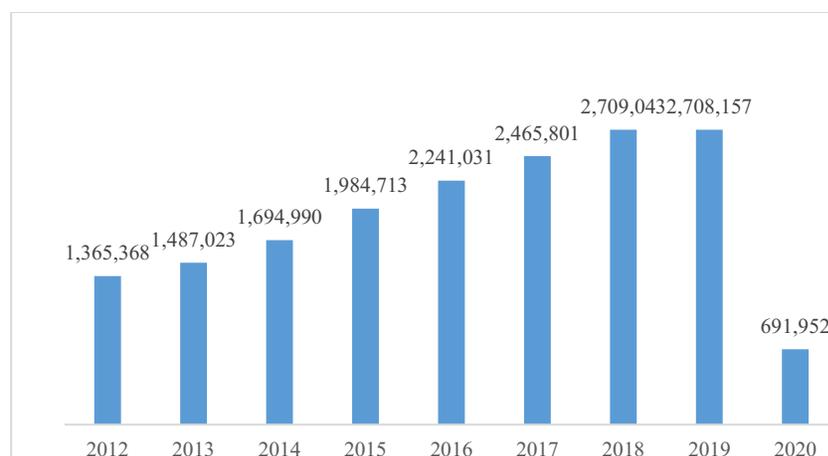


Figura 9. Número de viajeros extranjeros entrantes en Colombia, 2012-2020. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2019).

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** muestra la caída de la demanda internacional de servicios turísticos debido a los estrictos regímenes de pruebas médicas exigidos para entrar al país en 2020. Ello generó que la entrada de turistas extranjeros cayera abismalmente (-74,4%), rompiendo con la tendencia alcista mantenida desde 2012 (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

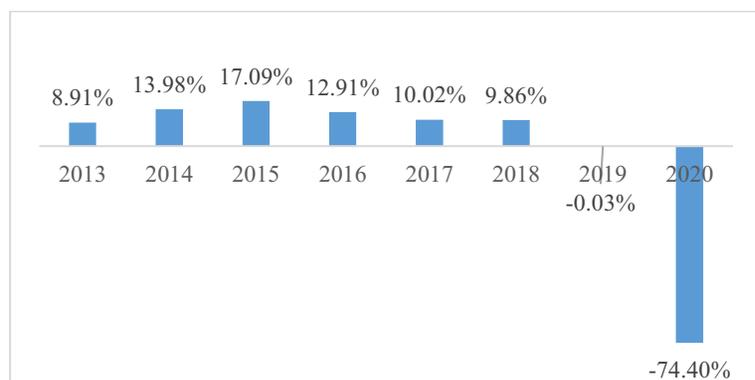


Figura 10. Variación anual del número de turistas extranjeros en Colombia.

Elaboración propia con base del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2019).

PIB del sector turístico

Contexto mundial.

De acuerdo a un ejercicio de simulación del *National Institute of Economic and Social Research* del Banco de España (BE) tras el COVID-19, algunas de las industrias de turismo más afectadas son:

- Alojamiento (la cual aporta cerca del 65% del valor agregado del sector del turismo)
- Las agencias de viajes
- La industria de aviación (Corbalán, 2020).

A nivel mundial, la contribución del turismo al PIB en el segundo trimestre de 2020 cayó 100%, como consecuencia de las severas restricciones globales al movimiento de personas. Asimismo, se prevé una pérdida de otros 152.480 millones de dólares de PIB turístico directo en 2021 y un adicional de 224.676 millones de dólares de PIB indirecto e inducido en este año (Risso, 2021).

Caso Colombia.

En Colombia la pérdida del PIB turístico ha sido equivalente a 20,1 billones de pesos (1,5%), esto asumiendo una Tasa Representativa del Mercado (TRM) promedio mensual de 3800 pesos. Esta pérdida está en contraposición con la tendencia y proyecciones del MinCIT, para quien en 2020 el aporte en el PIB por parte del sector sería de 37,3 billones de pesos, siendo esta la cifra más alta de los últimos quince años (Rocha, 2020) (Pulido Arbelaez & Cabello Beltrán, 2020).

Desde una perspectiva macroeconómica general, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) plantea tres escenarios para 2020: un escenario base, donde la economía se contraería -2,4% y la tasa de desempleo ascendería a 18,5%; un escenario pesimista, con recrudecimiento de los problemas de salud pública y ampliación del período de aislamiento, lo que contraería el PIB real -4,5% anual y llevaría la tasa de desempleo a 22,5%; y un escenario optimista, de menor afectación económica, con una contracción del PIB real de -1,1% anual y una tasa de desempleo de 16,5%. Por el lado de la oferta, ANIF estimó en su escenario base, que sólo dos sectores registrarían crecimientos positivos: el agropecuario (2,5%), teniendo en cuenta que los hogares estarán priorizando la compra de este tipo de bienes; y el sector servicios sociales (2,2%), jalonado principalmente por las actividades relacionadas con la salud humana. Las mayores contracciones se verían en los sectores de: minería (-8,5%), debido a los menores precios del petróleo y a la debilidad de la demanda tanto externa como interna; y construcción (-8,1%), dada la menor dinámica de las edificaciones y la difícil reactivación de las ventas de vivienda por las reducciones en los ingresos de los hogares.

Fedesarrollo ubica su pronóstico de crecimiento para 2020 en un rango entre -5,0% y -7,9% y una tasa de desempleo entre 18,2% y 20,5% (escenario central y pesimista, respectivamente). En el escenario central, por el lado de la demanda, la entidad pronosticó una contracción del consumo privado de -5,1%, explicado por las medidas de confinamiento obligatorio, una caída importante en la confianza del consumidor, el aumento en la tasa de desempleo y un menor ingreso nacional. En su escenario central, esperaba que cuatro de las doce actividades crecieran: administración pública y defensa (5,9%); información y comunicaciones (3,1%); agropecuario (2,4%) y actividades profesionales, científicas y técnicas (0,3%). Por el contrario, el sector más afectado sería el de actividades artísticas, entretenimiento y servicios domésticos (-20,6%), seguido de comercio, transporte, alojamiento y restaurantes (-16,1%); actividades inmobiliarias (-12,1%); minería (-10,8%) y construcción (-10,2%) (Procolombia, 2020).

Mercado laboral del sector turístico

Contexto mundial.

Las caídas de la demanda y del PIB turístico tienen repercusión directa en el empleo, sobre todo en América Latina y el Caribe, donde el sector emplea a unos 2,4 millones de personas. Adicionalmente, los efectos de la retracción se sentirán principalmente en micro y pequeñas empresas las cuales representan el 99% del tejido empresarial y el 77% del empleo en el sector hotelero y de restaurantes en la sub-región (Camacho & Vanegas, 2020).

El número de turistas internacionales podría disminuir entre 58% y 78 % en 2020, lo que se traduciría en una caída del gasto que hacen esos turistas, de 1,5 billones de dólares registrados en 2019 a una cifra ubicada entre 310.000 y 570.000 millones de dólares en 2020; situación que pone en peligro más de 100 millones de puestos de trabajo directos del sector, muchos de ellos en microempresas, pequeñas y medianas empresas (mipymes) que dan empleo a una alta proporción de mujeres y jóvenes (Organización de las Naciones Unidas- ONU, 2020). La caída del turismo llevaría a una disminución del crecimiento del PIB total en el Caribe y América Latina de 8 % y 1% respectivamente, mientras que el empleo total podría disminuir 9% en el Caribe y 2% en América Latina (Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL, 2020).

Caso Colombia.

En Colombia el sector de turismo aporta cerca del 8% del empleo a nivel nacional, por lo que la caída en las ventas de las empresas turísticas afectará el empleo directo, indirecto e inducido por el sector (Camacho & Vanegas, La crisis del turismo por el COVID-19, 2020). Las diferentes autoridades y entidades (tanto de ciudades como de departamentos) vienen realizando mediciones para calcular el impacto en la industria, que a finales de mayo de 2020 contaba con pérdidas de 16,51 billones de pesos y 70% de empleos en riesgo, según cifras del Viceministerio de Turismo.

Los departamentos de la costa Caribe son sin lugar a dudas, unos de los más afectados en este escenario. En San Andrés, la Cámara de Comercio reveló que 163 empresas cesaron por completo su actividad en junio de 2020, afectando el empleo de 2420 personas. Por su parte, alrededor del 30% de los empleos formales en Cartagena están relacionados con la industria turística, y se evidenció una reducción del 35% en mayo de 2020, teniendo en consideración que el 95,5% de los 4000 prestadores de estos servicios cerraron sus negocios. En Barranquilla, la Oficina de Turismo de la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo manifestó que el porcentaje de empresas cerradas desde el 16 de marzo de 2020 es de 96%. De acuerdo a Cptur y Cotelco por la baja ocupación en

el sector del alojamiento, se perdieron hasta mayo de 2020, 742 empleos en Cartagena, 326 en Magdalena y 544 en el Atlántico (Camacho & Vanegas, La crisis del turismo por el COVID-19, 2020).

En el caso de Bogotá, un informe realizado por el Instituto de Turismo (IDT) reveló que, durante la etapa más fuerte del confinamiento, hasta el mes de abril de 2020, la empleabilidad en el sector turismo disminuyó 50,1%, siendo los parques temáticos (89,4%) y las empresas de transporte terrestre (74,7%) los prestadores de servicios con mayores caídas.

En Medellín con corte a abril de 2020, la Secretaría Económica pudo identificar que 850 empleos se habían perdido en el sector de alojamiento (cerca del 34% de la actividad), 116 en establecimientos gastronómicos y .289 en el segmento de Operadores Profesionales de Congresos y Ferias (OPC) (Romero, 2020).

Radiografía general del turismo de Colombia durante la pandemia

Por cada mes con medidas de cuarentena en 2020, hubo una pérdida de 1,2 billones de pesos en el sector hotelero del país, siendo esta pérdida cercana al 70 % de las ventas. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT, 2019). Debido al cierre temporal del 50% del complejo hotelero del país, se evidenció una disminución de ingresos de 950.000 millones en las dos últimas semanas de marzo de 2020, principalmente en ciudades como Bogotá, Cartagena, Barranquilla y Medellín. Otras regiones como Quindío, Magdalena, San Andrés, Caldas, Tolima y Boyacá presentaron las tasas de ocupación más bajas de su historia con un 0,5%, acentuando la crisis del sector y aumentando las cifras de desempleo.

De acuerdo a Cotelco la ocupación hotelera del país se encuentra en el nivel más bajo de toda la historia. En marzo de 2020, este indicador se ubicó en 21%, cifra que demuestra la paralización de la industria hotelera. La crisis del sector se debe en gran medida a que los servicios hoteleros tienen dos características que lo hacen altamente vulnerable: primero, las habitaciones no vendidas no pueden ser almacenadas para venta posterior; y segundo, la industria tiene altos costos fijos. Estos dos aspectos hacen que los efectos económicos sean muy altos (Ruiz Rico, 2020).

Los mayores impactos se contabilizan en las ciudades capitales. En la semana del 16 de marzo de 2020, la ocupación llegó a niveles promedio de 12% por los múltiples cierres. En Bogotá, las pérdidas entre el 8 y 19 de marzo ascendieron a 42.000 millones de pesos, mientras que en materia de eventos desarrollados en hoteles tanto empresariales como sociales, cerca de 200 fueron cancelados, con unas pérdidas estimadas de 5000 millones de pesos. La segunda ciudad con mayor

impacto es Cartagena, en donde las pérdidas se estiman en 40.700 millones de pesos como resultado de la menor ocupación y cerca de otros 3500 millones por cancelaciones de eventos. Otros de los destinos afectados a raíz de la situación actual que vive el país son: Antioquia, que ha acumulado pérdidas por 41.900 millones de pesos; Atlántico, con 26.800 millones menos en ingresos en el sector hotelero; y Quindío con 27.700 millones en pérdidas.

Una de las primeras cadenas hoteleras que anunció el cierre de sus hoteles fue *Spiwak*, la cual comunicó que desde el 20 de marzo de 2020 finalizaría todas sus operaciones en el país. De igual manera, la Cadena de Hoteles Estelar anunció la suspensión de operaciones en la mayoría de sus establecimientos hasta el 31 de mayo de 2020, sin embargo, la medida estuvo sujeta a la evolución de la emergencia (Ruiz Rico, 2020).

Medidas tomadas por el gobierno de Colombia a favor de la industria turística durante la pandemia

Las primeras ayudas que brindó el gobierno a las empresas del sector turístico tenían la intención de maximizar la liquidez de las mismas, para que éstas pudieran resolver problemas tales como el pago de salarios, servicios, entre otros (Rocha, 2020). Las primeras ayudas fueron:

A favor de la oferta.

- Por medio de Bancoldex (Entidad reguladora de la banca nacional), se generaron 68 millones de dólares con tasas especiales a máximo tres años y posibilidad de un período de gracia de seis meses.
- Aplazamiento de las contribuciones parafiscales de las empresas turísticas para el segundo semestre de 2020.
- Aplazamiento de la declaración de los impuestos de valor agregado (IVA) y Renta.
- Nueva fecha para la presentación y pago de la contribución parafiscal para la promoción del turismo (Decreto 397 de 2020 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT).
- Nueva fecha para la renovación del Registro Nacional de Turismo y el Registro Mercantil (Ver Decreto 434 de 2020 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT).

A favor de la demanda.

- Medidas sobre el derecho de retracto, desistimiento y otras circunstancias de reembolso en el transporte aéreo (Decreto 482 de 2020 del Ministerio de Transporte).

- Medidas frente al retracto, desistimiento y otras circunstancias de reembolso para prestadores de servicios turísticos (Decreto 557 de 2020 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT).
- Beneficio de IVA en tiquetes hasta el 31 de diciembre de 2021 (Decreto 575 de 2020 del Ministerio de transporte).

Las medidas de oferta fueron bien recibidas por el sector; no obstante, se presentaron problemas con la otorgación de los créditos, ya que los bancos se negaban a la prestación de dinero al no tener garantías de devolución del mismo. Debido a este inconveniente, el gobierno decidió respaldar todas las deudas de las empresas turísticas que accedieron a los créditos en un 90%. Gracias a este apoyo, la mayoría de los préstamos solicitados fueron aprobados (Rocha, 2020).

El sector turístico solicitó ayudas adicionales para generar un mayor flujo de liquidez. Una de las estrategias fue retirar el cobro del IVA a los colombianos en los establecimientos hoteleros, con objeto de promover mejores precios que incentiven a los turistas (Rocha, 2020) (Agencias de Viajes y Turismo- Anato, 2020).

Conclusiones

Esta investigación tomó como soporte teórico el modelo de demanda agregada, con el fin de analizar la renta de los países y la capacidad de demanda hacia diferentes bienes y servicios por parte de sus agentes económicos. Entre estos bienes y servicios se destaca el turismo, el cual aparece representado en este caso particular, a través de las importaciones y exportaciones de servicios. Como complemento de la demanda agregada se utilizó el concepto de demanda turística internacional, la cual depende de la distancia física entre países, y factores dinámicos influyentes tales como: infraestructura, mano de obra, estructura institucional y política económica de los territorios de destino.

Como categoría de exportación a escala mundial, el turismo ocupa la tercera posición por detrás de productos químicos y combustibles y por delante del sector automotriz. En muchos países en vías de desarrollo como México y Tailandia, la industria turística es el principal sector de exportación.

Antes de la pandemia de COVID-19 (año 2017) se registraron un total de 1326 millones de llegadas de turistas internacionales a destinos de todo el mundo, lo que representó un aumento de los ingresos por turismo internacional.

Colombia es un país altamente turístico dentro del continente americano y es destino predilecto entre la oferta de países sudamericanos, destacándose por su biodiversidad, riqueza cultural, dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que fomentan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones. Los turistas suelen visitar Colombia generalmente por temas de vacaciones y ocio, hospedándose en hoteles tales como: GHL Hoteles, Estelar, Hilton, Decamerón y OxoHotel. Las principales motivaciones de los extranjeros para visitar Colombia son: vacaciones, recreo y ocio; siendo éstas las razones del 68,2% de las visitas; seguidas de los negocios y motivos profesionales con un 19%. La principal ciudad de destino es Bogotá, seguida por Medellín, Cali y Cartagena. En lo que se refiere al origen de los visitantes, Estados Unidos es el principal emisor de turistas extranjeros, seguido por la Unión Europea (16,4%) con importante presencia de países como España, Francia y Alemania. Casi a la par se encuentran los países integrantes de Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) con un 14,5% de las visitas, seguidos por Asia (China particularmente) y México. El caso de Venezuela tiene connotaciones distintas marcadas por temas de migración temporal y/o permanente.

Aterrizando al tema del COVID-19, en Colombia antes de conocerse el primer caso en marzo de 2020, las reservas de vuelos hacia el país ya habían disminuido aproximadamente 69,33%, con relación con los mismos días del mes de febrero. En cuanto a las ventas, habían caído -48,3% y el empleo -18,2%. Los efectos continuaron en 2021. En los primeros cinco meses, las llegadas de turistas internacionales se han reducido más de la mitad. En temas de mercado de trabajo, la pandemia ha ocasionado pérdidas de empleo por cese de empresas turísticas. En materia de política económica el gobierno nacional ha intentado dinamizar tanto la oferta como la demanda turística con objeto de otorgar a las empresas liquidez, y a los demandantes incentivos para reactivar el sector.

En el contexto mundial se destaca el caso de Estados Unidos, donde se han perdido 320.000 millones de dólares en ingresos por turismo, demostrando ello que “..la crisis ha supuesto una gran conmoción para las economías desarrolladas...” (Organización de las Naciones Unidas- ONU, 2020). Al respecto es importante destacar que el BID elaboró un modelo de demanda turística internacional (MDTI) con objeto de comprender los efectos del COVID-19 en el sector turístico a partir de entender el turismo como un bien de lujo cuya elasticidad ingreso tiende a ser mayor que uno (1), lo que implica que un aumento de la renta o ingreso producirá un incremento mayor en la demanda de turismo que en la demanda de un bien normal. No obstante, por contrapartida una caída en la renta (en este caso originada por la crisis de COVID-19) generará una caída en la demanda, superior a la que tendría un bien normal. Ello permite inferir que la demanda agregada durante y después de la pandemia de COVID-19 (post-pandemia) ha disminuido y continuará disminuyendo bruscamente debido a que el consumo privado, la inversión, el gasto público y las exportaciones netas se han visto gravemente afectados generando para el caso colombiano una caída de- 74,4% en la demanda turística internacional de 2020 respecto a 2019.

Referencias

- Agencias de Viajes y Turismo- Anato. (2020). *Encuesta COVID 19*. Recuperado de: <https://anato.org/noticias/presente-y-futuro-de-las-agencias-de-viajes-segun-encuesta-de-anato-del-covid-19/>
- Agudelo, C., Fajardo, N., González, C., Montes, E. & Rodríguez, N. (2019). Llegadas de turistas internacionales a Colombia durante 2001-2017: evolución, características y determinantes. *Borradores de Economía*.
- Aledo, A., Ortiz, G., Aznar, P., Mañaz, J., Jimeno, I. & Climent-Gil, E. (2020). *Alba Sud*. Obtenido de <http://www.albasud.org/noticia/es/1202/vulnerabilidad-social-y-el-modelo-turistico-residencial-esp-ol-escenarios-frente-a-la-crisis-de-la-covid-19>
- Barroso, M. & Flores, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*(17), 7-24.
- Bauzá, F. & Melgosa, F. (2020). *Turismo Post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. (U. d. Salamanca, Ed.) Salamanca.
- Brida, J., Monterubbianesi, P. & Zapata, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Pasos*, 291-303.
- Brida, J., Rodríguez-Brindis, M., Mejía-Alzate, M. & Zapata-Aguirre, S. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo-CST. *Revista de Estudios Regionales*(109), 121-138.
- Camacho, A. & Vanegas, O. (2020). *La crisis del turismo por el COVID-19*. Recuperado de: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- Camacho, A. & Vanegas, O. (2020). *La crisis del turismo por el COVID-19*. Obtenido de Economía. Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Enero-2019/Mas-de-3-millones-de-turistas-extranjeros-llegaron-al-pais-en-2018>

- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la *Nueva Época*. Recuperado de: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/18384>
- Catalano, B. (2013). Perspectivas sobre el turismo en la Comunidad Andina de Naciones. Análisis comparativo con el Mercosur. *Revista de Estudios Regionales y Mercado de Trabajo*(9), 205-223.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL. (2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL. (2020). *Evaluación de los efectos*. Santiago de Chile.
- Consejo Nacional de Competitividad. (2019). *Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2019*.
- Corbalán, J. (2020). Turismo en tiempos de COVID-19: De la masificación al distanciamiento social. *The conversation*.
- Diario de Mendoza. (2019). *¿Cuál es el perfil del turista argentino?* Recuperado de: <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2021/09/Anuario-Estadistico-de-Turismo-2018.pdf>
- Díaz, O. & López, A. (2016). Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia. *Estudios y perspectivas en turismo*, 36-56.
- Díaz, M. (2020). Las cifras récord que el 2019 le dejó al turismo en Colombia. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records#:~:text=El%202019%20fue%20un%20a%C3%B1o,7%20%25%20con%20respecto%20a%202018.>
- Directorio Turístico. (2020). *El turismo extranjero en Colombia supera los 4 millones de visitantes en 2014*. Recuperado de: <https://directorioturistico.net/el-turismo-extranjero-en-colombia-supera-los-4-millones-de-visitantes-en-2014/>
- Ecomochilas. (s.f.). *Ecomochilas*. Obtenido de <https://www.ecomochilas.com/turismo-arqueologico-en-colombia/#:~:text=El%20turismo%20arqueol%C3%B3gico%20en%20Colombia,%2C%20sus%20creencias%2C%20sus%20construcciones.>

- El empleo. (2021). *El empleo*. Obtenido de <https://www.eempleo.com/co/noticias/noticias-laborales/desempleo-en-colombia-aumento-en-enero-de-2021-6259>
- El Espectador. (2013). Más turistas europeos llegan a Colombia. *El espectador*. <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/mas-turistas-europeos-llegan-a-colombia-article-399592/>
- El isleño. (2019). *El isleño.com*. Obtenido de http://www.xn--elisleo-9za.com/index.php?option=com_content&view=article&id=17423:cadena-hoteleras-que-lideran-hoy-la-oferta-colombiana&catid=51:turismo&Itemid=80
- El Universal. (2019). *Cartagena, entre las ciudades donde más gastan los turistas*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.co/economica/en-que-gastan-los-turistas-extranjeros-en-cartagena-KY2504914#:~:text=Cartagena%2C%20entre%20las%20ciudades%20donde,los%20turistas%20%7C%20EL%20UNIVERSAL%20%2D%20Cartagena&text=Un%20estudio%20de%20ProColombia%20revela,llegaron%20a%20Colombia%20en%202019.&text=Cerca%20del%2080%25%20del%20gasto,visitantes%20procedentes%20del%20continente%20americano>.
- Entorno Turístico. (2018). *Entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/#:~:text=Entre%20los%20factores%20que%20influyen,vacaciones%20y%20otros%20factores%20motivadores.&text=Ciertas%20alteraciones%20en%20las%20regiones,de%20que%20los%20turistas%20viajen>.
- Mendoza, Á. & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 79-103.
- Filgueiras, J. (2020). COVID-19 y su impacto en turismo en Oaxaca- México. *Revista de la Universidad del Mar*. Recuperado de: [file:///C:/Users/denny.segura/Downloads/3%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/denny.segura/Downloads/3%20(1).pdf)
- García, R. (2019). *Aprende de turismo.org*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>
- Google maps. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com/maps/@10.7979748,-74.4076418,7.5z>

- Instituto Distrital de Turismo- Observatorio de Turismo. (2019). *Viajeros*. Bogotá D.C.: Instituto Distrital de Turismo de Bogotá- Observatorio de Turismo.
- Instituto Vasco de Estadística. (s.f.). *Instituto Vasco de Estadística*. Obtenido de https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_140/elem_3460/definicion.html
- Keynes, J. (1936). *La economía de mercado*. Obtenido de http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/11/la_economia_keynesiana.htm#:~:text=Como%20la%20producci%C3%B3n%20real%20depende,factores%20productivos%20provocar%C3%A1%20tensiones%20in
- Korstanje, M. (2020). *Notas Críticas*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1891523>
- Legiscomex. (2018). *Colombia: turismo y negocios para los extranjeros chinos*. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/Documentos/colombia-turismo-negocios-extranjeros-chinos-actualizacion-legiscomex>
- Lozano, E. (2020). La vuelta de Keynes para resucitar la economía. *Economía*. Recuperado de: <https://www.elindependiente.com/economia/2020/04/12/la-vuelta-de-keynes-para-resucitar-la-economia/>
- Mackey, Y. & Peña, D. (2016). *¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo?* Recuperado de: <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1585>
- Maita, J. (2016). *Slide Share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JosMaita/enfoque-cuantitativo-59914564#:~:text=El%20enfoque%20cuantitativo%20%E2%80%9CUtiliza%20la,de%20comportamiento%20de%20una%20poblaci%C3%B3n%E2%80%9D>
- Mamani, W. (2016). *Asesores en turismo para empresas e instituciones públicas*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Martín, B. (2013). *Cadena de Valor en Turismo*. Recuperado de: <https://turismoysostenibilidad.wordpress.com/2013/10/24/cadena-de-valor-en-turismo/>
- Martínez, M. & Medina, O. (2020). *Cusas y efectos en la economía mundial a partir de la pandemia de COVID-19*. Bogotá.
- Menchero, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas. *Geopolítica*.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT. (2019). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0
- Organización de las Naciones Unidas- ONU. (2020). *Informe de políticas:La COVID-19 y la transformación del turismo*. Recuperado de: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Organización de las Naciones Unidas- ONU. (2020). *Organización de las Naciones Unidas (ONU)*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- Organizacion Mundial de la Salud- OMS. (2020). *WHO*. Obtenido de <https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unkown-cause-china/es/>
- Organización Mundial del Trabajo-OIT. (2020). *El impacto de la COVID-19 en el sector del turismo*. Nota informativa de la OIT. Recuperado de: https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_748876/lang--es/index.htm
- Organización Mundial del Turismo- OMT. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional. Organizacion Mundial del Turismo, 4*.
- Organización Mundial del Turismo- OMT. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo- OMT. (2021). *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Organizacion Mundial del Turismo-OMT. (s.f.). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Paéz, F. (2020). *Consecuencias económicas de la pandemia COVID-19 en América*. Bogota. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24648/1/Consecuencias%20econ%20micas%20de%20la%20pandemia%20COVID%20final.pdf>
- Pérez, M. (2019). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/como-hacer-investigacion-documental/>
- Petrizzo, Á. & Páez, M. (2020). *El impacto de la Covid-19 en el turismo. Apuntes para su esbozo*. Obtenido de http://www.oncti.gob.ve/ojs/index.php/rev_ODC/article/view/83/107
- Petro, P., Simancas, C., Piñeros, T. & Bravo, A. (2014). *Perfiles de los mercados turisticos emisoros a Bogota*. Bogota.

- Procolombia (2015). *Procolombia*. Obtenido de https://procolombia.co/actualidad-internacional/mice/turismo-de-brasil-hacia-colombia-crecio-39-en-el-ultimo-ano?__cf_chl_jschl_tk__=b029802120205f7ba5993cb8ccbd6aeb5d9240fd-1622514323-0-AaqCrPwklfCSDBfjmIhBNSy9cmvxj0CQQAoOzIPFuSCY-Y1yETaybhHvftDmMQ42sM8W
- Procolombia (2017). *Perfil del turista Mexico*. Recuperado de: <https://procolombia.co/memorias/perfil-del-turista-de-mexico>
- Procolombia (2020). *Procolombia*. Obtenido de https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/coronavirus-y-su-impacto-en-la-economia-colombiana?__cf_chl_jschl_tk__=c0ef853f7a411723a974c86222c1e72265627c96-1622004466-0-AYWlJzQE0PCOefuTxK7GvP4tvafP7n8-dm925MmvZ_AjW6luVaY7neBKuj4O0QEEVIW3cuF6LypQVDBbFX2oi
- Pulido, L. & Cabello, E. (2020). *Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia*. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24709/1/An%20del%20impacto%20econ%20mico%20del%20coronavirus%20en%20el%20sector%20turismo%20en%20Colombia.pdf>
- Risso, A. (2021). *BID*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/cuanto-perdio-el-sector-turistico-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Rivera, J. & Pastor, R. (2020). ¿Hacia un turismo mas sostenible tras el covid-19? percepcion de las agencias de viajes españolas. *Gran Tour*. Recuperado de: <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/153>
- Rocha, A. (2020). Turismo, Tecnologías e Sistemas. *Risti*. Recuperado de: <http://www.risti.xyz/issues/ristie36.pdf>
- Romero, V. (2020). Desempleo en el turismo sería uno de los más prolongados. *Portafolio*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/desempleo-en-el-turismo-seria-uno-de-los-mas-prolongados-542900>
- Ros, J. (2012). La teoría general de Keynes y la macroeconomía moderna. *Investigación Económica*, 71(279). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672012000100002

- Ruiz, M. (2020). Estas son algunas de las afectaciones que ha tenido el Covid-19 en el sector turístico. *La republica*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/empresas/estas-son-algunas-de-las-afectaciones-que-ha-tenido-el-covid-19-en-el-sector-turistico-2982636>
- Ruta de El Dorado. (s.f.). Obtenido de <http://www.rutaleyendaeldorado.com/ruta-de-el-dorado/>
- Such, M., Zapata, S., Risso, W., Brida, J. & Pereyra, J. (2009). Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico de Colombia. *Estudios y Perspectivas en turismo*, 21-35.
- Tipos de turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia Travel. (s.f). *Colombia travel y vacations group*. Obtenido de <https://elturismoencolombia.com/turismo-colombia/tipos-de-turismo-en-colombia/>
- Toselli, C. (1995). Mercosur: el turismo en el marco de la integración regional. *Signos Universitarios*, 14(28).
- Turismo a Tiempo. (2018). En Colombia el turismo genera 1'360.000 empleos. Recuperado de: <https://turismoatiempo.com/noticias/en-colombia-el-turismo-genera-1360-000-empleos/>
- Villegas, M. & Ortiz, D. (2018). *Boletín de Estadísticas de Turismo*. Cali. Recuperado de: <file:///C:/Users/denny.segura/Downloads/Bolet%C3%ADn%20de%20estad%C3%ADsticas%20de%20turismo%202018.pdf>
- Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/S%26P_500