

EL TURISMO Y LOS EFECTOS DEL COVID-19 EN EL DEPARTAMENTO DE HUILA-COLOMBIA

TOURISM AND THE EFFECTS OF COVID-19 IN THE DEPARTMENT OF HUILA-COLOMBIA

José Alfonso Mendoza Gallego¹
Francisco Rivelino Bernal Cerquera²

Resumen

Durante el primer trimestre del año 2020, la humanidad recibió la noticia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que un virus muy agresivo y mortal se había instalado, lo identifiqué como “covid-19”, el cual había alcanzado el grado de pandemia por lo cual se debían implementar medidas de seguridad para detener la emergencia hospitalaria que se presentaba en el mundo pero que definitivamente iba a cambiar la manera de hacer las cosas en todos los países. En vista de esta situación, el objetivo general del presente artículo es: Analizar los efectos del Covid-19 en el Turismo de Huila Colombia. Se pretende revisar la bibliografía mundial para identificar estrategias que permitan la reactivación de los estándares turísticos que existían en Huila antes de la pandemia. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación elegido fue el explicativo, en cuanto a la muestra, estuvo conformada por el sector turismo del departamento de Huila Colombia. La técnica de recolección de datos es documental, por lo que el investigador emplea esa información para hacer análisis, no crea ningún tipo de instrumentos. Dentro de los principales resultados obtenidos se encontraron, que las ventas brutas decrecieron en promedio un 70%, según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo para el año 2020. Igualmente, la pandemia afectó la actividad turística del departamento, cuyas empresas tuvieron que cerrar producto de esas primeras medidas implementadas por el gobierno. Sin embargo, tanto los esfuerzos por parte de las empresas prestadoras de servicios como el estado permitieron la detección de la caída abrupta del turismo. Lo más importante de este estudio es la capacidad de respuesta que tuvo Huila, desde los postulados económicos y desde la resiliencia que permite inferir una nueva concepción de resiliencia económica.

Palabras clave: Turismo, Covid-19, ventas, prestadoras de servicios, departamento de Huila

Abstract

During the first quarter of 2020, humanity received the news from the World Health Organization (WHO) that a very aggressive and deadly virus had been installed, I identify it as "covid-19", which had reached the degree of pandemic, for which security measures had to be implemented to stop

Recepción: 10 febrero de 2021 / Evaluación: 5 marzo de 2020 / Aprobado: 10 mayo de 2021

¹ Doctorando en Dirección y Finanzas, Magister en Educación de la Diversidad, Administrador Bancario y Financiero, Tecnólogo en Gestión Comercial y Negocios, Docente Investigador Asociado (I) Minciencias, Grupo de investigación ESINSUR de la Facultad de Economía y Administración, de la Universidad Surcolombiana de Neiva – Colombia <https://orcid.org/0000-0002-0002-4104>, Correo: jose.mendoza@usco.edu.co

² Doctorando en Pensamiento Complejo de Multiversidad Mundo Real (México) Administrador Financiero, Especialista en Alta Gerencia, Magíster en Educación, Magíster MBA en Administrador de Empresas, Docente Investigador Junior Minciencias, grupo ESINSUR de la Facultad de Economía y Administración, de la Universidad Surcolombiana de Neiva – Colombia, <https://orcid.org/0000-0003-2976-1033>, francisco.bernal@usco.edu.co

the hospital emergency that arose in the world but that was definitely going to change the way things were done in all countries. In view of this situation, the general objective of this article is: Analyze the effects of Covid-19 on Tourism in Huila Colombia. It is intended to review the world bibliography to identify strategies that allow the reactivation of the tourist standards that existed in Huila before the pandemic. Regarding the methodology, the type of research chosen was the explanatory one, as for the sample, it was made up of the tourism sector of the department of Huila Colombia. The data collection technique is documentary, so the researcher uses this information for analysis, he does not create any type of instruments. Among the main results obtained were that gross sales decreased on average by 70%, according to the Colombian Association of Travel and Tourism Agencies for the year 2020. Likewise, the pandemic affected the tourist activity of the department, whose companies had to close product of those first measures implemented by the government. However, both the efforts of the service providers and the state made it possible to detect the abrupt drop in tourism. The most important aspect of this study is the response capacity that Huila had, from the economic postulates and from the resilience that allows us to infer a new conception of economic resilience.

Keywords: Tourism, Covid-19, sales, service providers, department of Huila

Introducción

A finales del primer trimestre del año 2020, la humanidad fue sorprendida por el covid-19, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), es una cuantiosa agrupación de virus agresivo que causa efectos nefastos sobre el sistema respiratorio, específicamente en los pulmones, donde se convierte en una neumonía aguda por la inflamación de los alveolos, que son los encargados del intercambio de oxígeno y dióxido de carbono, durante la inspiración y la espiración, al avanzar se transforma en una infección pulmonar letal. El covid-19 llamado comúnmente, obligo a los entes gubernamentales en la mayoría de los países a nivel mundial, a tomar medidas sanitarias con la finalidad de contener su propagación, entre otras las más comunes fueron: El uso obligatorio del tapa boca o mascarilla protectora, dos metros de distancia entre las personas, y la prohibición de reuniones o aglomeraciones donde no se cumplieran las dos medidas preventivas antes esgrimidas.

Estas acciones obviamente cambiaron todas las rutinas, en las organizaciones productivas promovieron el Home Office, los espectáculos públicos deportivos sin fanáticos, el transporte en las ciudades con mayor población se redujo en un 80%, resaltando que el transporte aéreo a nivel mundial decreció a un 20,15 % siendo alarmante en España 2,24% y Francia 4,02% según lo indico Yang, Y. (2020). El Turismo a nivel mundial fue uno de los sectores económicos más afectado por la pandemia, esta connotación conlleva un elevado impacto, ya que de acuerdo a lo indicado por los autores Vega, V., Castro, F. y Romero, A. (2020), esta actividad ocupaba el tercer lugar de precedencia en cuanto al aporte del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel global, con mayor participación se presentaban los materiales químicos empleados para la fabricación de medicamentos y los carburantes.

Hasta este párrafo se pueden denotar de forma precisa dos variables: pandemia del covid- 19 y el sector turístico, con estas se procede a la delimitación de los contextos puntualizados y se revisan ambas en vinculación con Colombia. Según lo esgrimido por Mas País (2021), Colombia requerirá por lo menos dos años para alcanzar los estándares económicos que poseía en el mes de abril del año 2019, se refieren al crecimiento económico sostenido sustentado por los sectores de la construcción, el empresarial y el turístico, en este renglón económico según lo publicado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el año 2018. Llegaron aproximadamente cinco

millones de turistas extranjeros, fueron transportados más de cuarenta millones de viajeros por vía aérea, los parques nacionales fueron visitados por dos millones de turistas.

Para poder estimar lo que está ocurriendo desde el punto de vista de ingresos, La Asociación Hotelera y Turística de Colombia manifestó que la demanda de servicios de Hoteles fue de 57% lo cual produjo ingresos de 34.113 millones de dólares, exclusivamente en semana santa, y el Instituto Distrital de Turismo (IDT) señaló que Bogotá dejó de percibir 40 millones de dólares por transporte aéreo de turistas nacionales e internacionales. Todo esta conmoción enciende unas cuantas alarmas que directa o indirectamente se ven afectadas no solo por la amenaza del virus, sino por su subsistencia y por ende la de sus familiares, si se realizan simples cálculos estadísticos, el 100% de la capacidad de hospedaje y otros servicios de hoteles es aproximadamente casi 70.000 millones de dólares, sin incluir lo referente al transporte y los colombianos que sostienen sus casas a través de ingresos del turismo.

De esta manera queda totalmente identificado el problema promotor del presente artículo, y las cifras son bien significativas para justificar su elección y desarrollo. En estos momentos es donde emerge la grandeza del colombiano y ante esta adversidad es preciso cambiar esa visión negativa que califica como una crisis y transformarla en una gran oportunidad que nos hará más fuertes, hábiles e inteligentes, de tal forma que las venideras generaciones se sientan orgullosas de esta la que lidio contra el covid-19 y mostro el verdadero valor y gentilicio de los nacidos en estas tierras. En consecuencia, el Objetivo General del presente artículo es: Analizar los efectos del Covid-19 en el Turismo de Huila Colombia.

De este se concibieron los siguientes objetivos específicos: 1. Identificar los efectos del Covid-19 en el Turismo en Colombia. 2. Identificar los efectos del Covid-19 en el Turismo en el departamento de Huila. 3. Explicar las estrategias empleadas para reducir los efectos del Covid-19 en el turismo en el departamento de Huila. La construcción de estos objetivos se fue generando con la revisión bibliográfica revisada para la delimitación y dirección de los contenidos específicos, igual circunstancia promueve la siguiente interrogante: ¿Las estrategias propuestas reducirán los efectos del covid-19 en el turismo en el departamento de Huila? Se pretende revisar la bibliografía mundial para identificar estrategias que permitan la reactivación de los estándares turísticos que existían en Huila antes de la pandemia.

Roxana Contreras, docente de administración de empresas en Areandina y asesora jurídica externa de Cotelco (Asociación Hotelera y Turística de Colombia), da una idea de cómo el COVID-19 ha empezado a afectar el sector: “Mirando las cifras, encontramos que, según COTELCO, en el 2019 la ocupación hotelera fue de un 57% generando un valor agregado de alojamiento y servicios de comida de 34.113 millones y de USD \$6.751 millones en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros aéreos”. Tan solo en Semana Santa, según el Instituto Distrital de Turismo (IDT), la capital dejó de recibir cuarenta millones de dólares de esta industria.

Contreras también advierte que, con más de dos millones de vuelos cancelados a nivel mundial, las aerolíneas son unas de las más afectadas, pues dejarán de recibir ingresos entre los 63.000 y 113.000 millones de dólares si los efectos del COVID-19 se mantienen por tres o por seis meses, según lo estima la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA)

Antecedentes o Revisión de la Literatura:

La presente investigación implicó la revisión de muchos trabajos realizados por otros investigadores, cuyas conclusiones y nuevos conocimientos, están vinculados de forma directa e indirecta con los objetivos del estudio, igualmente, contribuyendo a orientar el desarrollo del trabajo. Así mismo, restringe la posibilidad de que la investigación resulte monótona o repetitiva. Por las razones descritas anteriormente y para realizar una revisión más amplia por diversas

investigaciones de diferentes países, se presentan los trabajos que sirvieron de soporte para analizar los efectos del Covid-19 en el Turismo del departamento de Huila Colombia.

Para Hyo Sun Jung Yoon Sik Jung, Hye Hyun Yoon. (2020), en su trabajo titulado “COVID-19: The effects of job insecurity on the job engagement and turnover intent of deluxe hotel employees and the moderating role of generational characteristics” expresaron que antes del surgimiento de la pandemia ya existía en los entornos organizaciones incertidumbre producto de los constantes cambios tecnológicos, inestabilidad económica y política que impedía a las empresas crear un compromiso laboral estable. En este sentido, la industria hotelera con la llegada del Covid-19 enfrento la peor crisis vivida en la historia, en el caso específico de Corea del Sur, se restringió el ingreso de turistas internacionales y nacionales como medidas preventivas de higiene y seguridad para evitar la propagación de los contagios, ocasionando todo esto una gran cantidad de despidos masivos de los empleados de los hoteles de lujo, generándose una crisis de gestión de hoteles.

El estudio estuvo conformado por una muestra de 8 hoteles cinco estrellas de Seúl (de un total de 22), los cuales ofertan servicios de restaurantes y gimnasios, el instrumento aplicado fue un cuestionario a 370 empleados que laboran en estos hoteles, los datos se recolectaron entre los meses de abril y mayo. Los principales resultados obtenidos se centran en los puntos siguientes:

a) Se corroboró que las apreciaciones de los empleados sobre la inseguridad laboral inciden altamente en la disposición, así como el compromiso de estos para la organización y la renuncia al mismo. Por lo antes mencionado, es necesario fomentar un entorno de trabajo seguro que permita a los empleados crea un vínculo con los hoteles y disminuir de esta forma la alta rotación que se presenta en este sector de la industria hotelera en la categoría de lujo.

b) La pandemia generada por el COVID-19, incremento el nivel de inseguridad laboral, por lo cual los gerentes de los hoteles de lujo tienen la responsabilidad de generar estrategias que permitan fomentar ambientes laborales sin ansiedad, generar culturas organizacionales horizontales para generar comunicaciones mutuas con los empleados y de esta forma crear relaciones cercanas e igualmente reducir la ansiedad, identificar las amenazas y temores de los empleados.

Los autores Kökény L, Kenesei Z. y Neszveda G. (2021), en su articulado denominado “Impact of COVID-19 on different business models of European airlines”, realizaron un análisis financiero de la crisis económica provocada por las primeras noticias de la pandemia en el 2020 en el sector de la industria aérea de Europa. Emplearon en su metodología el estudio de eventos para examinar la diferencia entre el precio de las acciones esperado y real de las compañías aéreas que cotizaban en Europa en ese momento. La muestra estuvo integrada por las 11 aerolíneas que cotizan en Europa, son compañías multinacionales regionales o intercontinentales, cada una con varias subsidiarias. El análisis estuvo conformado por un periodo de estudios, que comprendía desde el 2 de enero de 2020 hasta el 20 de marzo de 2020, el mismo fue dividido en sus periodos, para evaluar los eventos ocurridos en Italia sobre todo los brotes masivos en Lombardía.

Es importante resaltar que en este trabajo la muestra de empresas fue dividía en submuestras en función de los aspectos financieros y del modelo comercial. La agrupación financiera se basa en la relación efectivo/activos (con la finalidad de evaluar la liquidez), mientras que la agrupación en clústeres fue basada en el modelo de negocio porque de esta forma se podía conocer si la empresa es una aerolínea de servicio completo (FSC) o una aerolínea de bajo costo (LCC). Dentro de los resultados más destacado se encontró que los mercados de valores reaccionaron con diferentes intensidades a diferentes etapas de la crisis; la caída más significativa del rendimiento esperado de las acciones se produjo a principios del 24 de febrero, fecha clave en que

los efectos del virus llegaron masivamente a Europa y se restringieron los cruces fronterizos dentro de Europa como resultado de las muertes masivas en Italia.

Para Ntounis, N. Parker, C., Skinner, H., Steadman, C. y Warnaby, G. (2021); en su trabajo titulado: “Tourism and Hospitality industry resilience during the Covid-19 pandemic: Evidence from England” indicaron que la industria hotelera y del turismo fueron afectadas gravemente debido principalmente al "bloqueo" inicial en Inglaterra, a partir del 23 de marzo de 2020, lo que originó la interrupción de los vuelos y el cierre de las empresas de turismo y hostelería. La investigación se desarrolló en función a dos preguntas: La primera, ¿cómo varía la resiliencia empresarial entre los sectores en una situación de pandemia? Y la segunda, que ¿Cuáles son los factores que influyen en la capacidad de recuperación percibida de las empresas que dependen del turismo?

Para dar respuestas a las preguntas antes mencionada, se utilizó un diseño integrado que combino para la recolección y análisis de datos provenientes los métodos cuantitativos y cualitativos. El instrumento de recolección fue una encuesta en línea aplicada a 1016 empresas ubicadas en ciudades inglesas, incluidas 340 categorizadas como negocios dependientes del turismo. Los principales aportes de esta investigación se centraron en las respuestas cualitativas, que revelaron las vulnerabilidades específicas percibidas en las empresas dependientes del turismo las cuales se enfrentan, en particular, a factores contextuales temporales que surgen de estacionalidad de la demanda, duraciones más prolongadas de bloqueo y plazos más inciertos para la reapertura.

Los autores Kuščer, Eichelberger y Peters (2021), en su investigación denominada “Tourism organizations’ responses to the COVID-19 pandemic: an investigation of the lockdown period” expresaron que el sector turismo se enfrenta a una crisis no vivida con anterioridad cuyo alcance implica la transformación a nivel mundial de las industrias pertenecientes a este sector. El objetivo de este estudio era debatir y analizar sobre la resiliencia y la gestión de crisis de los destinos para comprender mejor su viabilidad y adaptabilidad para hacer frente a la crisis. Para ello se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista, se realizaron 31 entrevistas en abril de 2020, las cuales fueron en inglés con gerentes de organizaciones turísticas de diferentes países y destinos alrededor del mundo.

La mayoría de las entrevistas se realizaron a través de Skype y Zoom. Sólo en algunos casos en específico por solicitud de algunas organizaciones se realizaron por correo electrónico. Las principales conclusiones obtenidas indicaron que son de gran relevancia la provisión de apoyo, la inclusión de políticas preferenciales dirigidas a la colaboración de las partes interesadas (gobierno-operadores turísticos), porque los gerentes turísticos están dispuestos a emprender acciones futuras hacia un desarrollo responsable y sostenible. La oferta de organizaciones turísticas estará enfocada en grupos de clientes específicos. Destacándose que el turismo interno contribuye no solo a recuperación de la crisis, sino también al desarrollo más sostenible a largo plazo. La implementación de políticas que promuevan el turismo interno, en las que los residentes reciben vales turísticos por vacaciones en su país, son estrategias a implementar.

Para culminar, los autores indicaron que para hacer frente a la crisis del COVID-19; será necesaria la implementación de gestión de resiliencia más sólida en los destinos turísticos, lo que implicará empleados capacitados en esta área, gestión de la calidad de los servicios ofertados, digitalización y comunicación interna para mejorarse para desarrollar destinos turísticos resilientes.

Metodología

Para el desarrollo de los objetivos enunciados en este estudio, el tipo de investigación elegido fue el explicativo, al respecto los autores González, G. y Mosquera, V. (2019), indican que “las investigaciones explicativas son aquellas que tiene relación causal, puesto que no solo persiguen describir o acercarse a un problema, sino que busca el porqué de los hechos, estableciendo

relaciones de causa - efecto del mismo”. En este sentido, el objetivo general el cual expresa: analizar los efectos del Covid-19 en el turismo en el departamento de Huila Colombia, pretende establecer las relaciones entre las causas y las consecuencias generadas a raíz de la pandemia en el sector turismo en Huila. Además, esta investigación es considerada un diseño no experimental, porque está fundamentada en la observación directa, es decir, se recolecta y analiza los datos en un periodo de tiempo determinado que no alteran las variables de estudio, sino que se observan en el contexto en el cual ocurrieron.

En cuanto a la población está conformada por el sector turismo de Colombia, sin embargo, por razones de tiempo y siendo un universo amplio, se delimitó a una muestra, la cual está conformada por el sector turismo del departamento de Huila Colombia. Es importante destacar, que la muestra depende de la calidad y la parte representativa que de la población en estudio. En este caso, la muestra seleccionada para la investigación cumple los requerimientos antes especificados porque el sector turismo de Huila tiene una vinculación directa con el turismo a nivel nacional. La muestra comprende una elección de tipo no probabilístico por conveniencia, porque el investigador ha elegido la muestra debido a que presenta un interés particular sobre el estudio que se está realizando. Mercado, W. (2020); expresa que se eligen objetos, individuos, cosas, variables que convienen, por la cercanía geográfica o por ser la población de interés. “No permite la validez externa”. Por lo antes expuesto, la validez sobre la cual se sustenta esta investigación es validez interna, fundamentada por ser un tipo de estudio de variables que se analizan de forma descriptiva (cualitativa), porque ya los datos existen (cuantitativos) y el investigador los utiliza para posteriormente realizar los análisis y presentar los resultados.

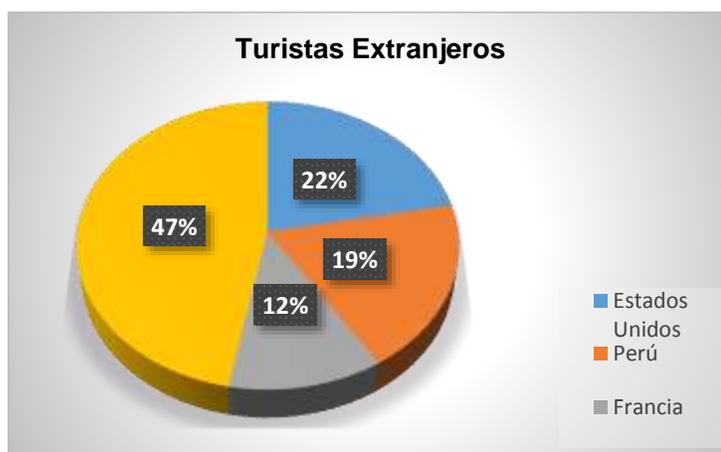
Para finalizar este apartado es relevante mencionar que la técnica de recolección de datos empleada por el investigador, es documental ya que los datos se encuentran disponibles ya han sido medidos y establecidos, lo que el investigador hace en este caso es emplear esa información para hacer análisis, no crea ningún tipo de instrumentos, sino que estos estarían representados por los documentos que emplean en el estudio para obtener resultados.

Análisis de los Resultados

- **Identificar los efectos del Covid-19 en el Turismo en Colombia:**

Como se mencionó anteriormente el Covid-17 afecto de forma abrupta al sector turismo a nivel mundial y Colombia no escapo a esta situación, la situación resulta más grave cuando se analiza que este sector había crecido un 3,3 % en el año 2019 según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, (2020). Igualmente, la Oficina de Estudios Económicos del MinCIT (2019), indicó que, en el año 2019, el sector turismo obtuvo cifras récord por visitantes extranjeros: 4.515.932 turistas los cuales provenían de Estados Unidos, Perú y Francia, entre otros (ver figura 1).

Figura 1: Turistas Extranjeros



Fuente: Oficina de Estudios Económicos del MinCIT (2019)

Como se puede observar en la figura 1, el turismo colombiano se consolidó a nivel internacional en el año 2019, producto de la gran cantidad de turistas que recibió el país, por lo que las expectativas de este sector para el año 2020 eran superiores, no sólo para el sector privado sino para también para el público por la contribución que estaba realizando al PIB, la cual se incrementaba de forma progresiva año tras año y se puede visualizar en la figura 2.

Figura 2: Participación % del Turismo al PIB

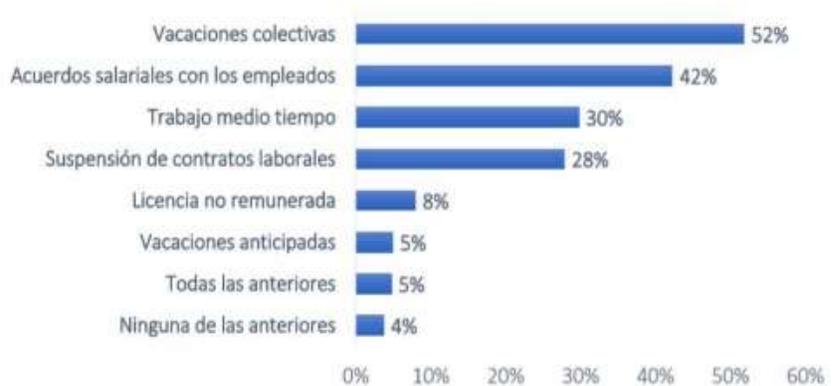


Fuente: Pulido, L y Cabello, E. (2020).

En la figura 2 se evidencia el aumento porcentual que el turismo realiza al PIB, observándose para los años 2009-2010 son valores más elevados de aproximadamente 3,70%. Sin embargo, a partir del año 2016 se observa un progreso porcentual alcanzando su valor más alto para el año 2019 casi 3,90%. Igualmente, el DANE (2020), expresó que el sector turismo ocupó un millón seiscientas mil personas lo que equivale a 7,4% de empleos a nivel nacional de forma directa e indirecta. El panorama antes descrito se desplomó ante los estragos causados por el Covid-19; la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO (2020); expresó que las ventas brutas decrecieron en promedio un 70%, lo que era equivalente a 50 mil millones de pesos

que no ingresaron. Igualmente, las empresas registraron 42 días en promedio de flujo de caja para poder enfrentar la situación de la pandemia, pero una cantidad de días superiores a estos no le permitiría cubrir los gastos fijos lo cual podría generar el cierre de las mismas. Una de los problemas más resaltantes expuestos por la ANATO (2020), es sobre el recurso humano vinculado a este sector, por las medidas implementadas por los patrones en las cuales se encuentra: vacaciones colectivas, cambio de contrato de tiempo completo a medio tiempo, se pueden apreciar las estadísticas de estos en la figura 3.

Figura 3: Medidas Laborales Aplicadas por el Covid-19



Fuente: ANATO, (2020).

Como se muestra en la figura 3, la medida más empleada por las organizaciones del sector son las vacaciones colectivas representando un 52%, seguida de 42% por acuerdos salariales con los empleados los cuales en muchos casos se limita a un sueldo básico porque no se está realizando ningún tipo de labor de forma permanente, sino que se está a la espera de la reactivación del sector. Destacándose, la información suministrada por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) 2020, esta señaló que los servicios de hotelería disminuyeron un 44%; durante los meses de marzo y abril, presentándose apenas una tasa de ocupación promedio del 6,4%.

• Identificar los efectos del Covid-19 en el Turismo en el departamento de Huila.

El Huila como es llamado por la mayoría de los colombianos posee una extensión territorial de 19.890 Kms², según el informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística para el 2020, cuenta con 1.225.343 habitantes lo cual representa el 2,4% de la población total colombiana, continua señalando el informe que el producto interno bruto (PIB) per cápita del Departamento para esa fecha fue de 4.055 dólares U.S.A (\$), cuando la cantidad a nivel nacional fue de 5.335\$, este registro le atribuyo la participación de 1,68% en el PIB total de Colombia las ventas internacionales del Huila alcanzaron por poblador los 459.9 \$ en comparación las nacionales lograron 610,0\$, para lograr la estimación de la balanza comercial falta identificar los valores de las importaciones para la región fue de 17,5\$ y en lo nacional alcanzo 854,2\$. Estas estadísticas permiten inferir directamente dos expresiones económicas en lo particular del Departamento y en relación a lo atinente al país. (MinCIT, 2019)

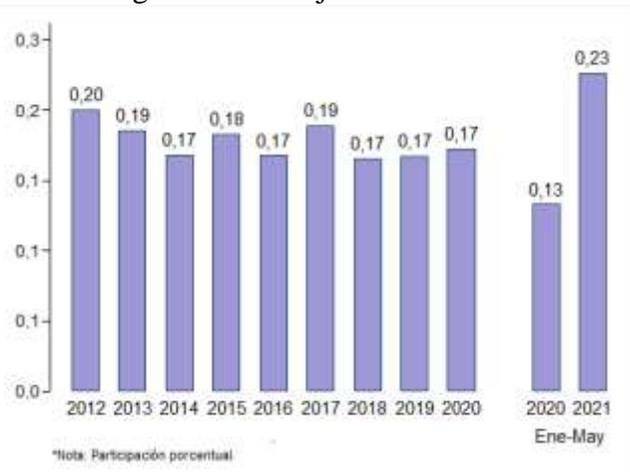
Primeramente con respecto al Huila todos los indicadores presentados en vinculación a lo obtenido a nivel nacional se aprecia que la región está por encima del promedio normal alcanzado por el país para Samuelson, P. y Nordhaus W. (2006), postulan que todas las participaciones de los PIB regionales en los nacionales son importantes pero los que están por encima del promedio van

señalando formas de conquistar un crecimiento significativo, obviamente por actividades o emprendimientos que tuvieron éxito y que permiten la imitación ajustada a las propias peculiaridades existentes en cada entidad. En segundo orden se aprecia que las exportaciones del Huila son mayores que sus importaciones, esto demuestra según los economistas antes inferidos que su balanza comercial se encuentra en superávit, lo cual fortalece el poder adquisitivo de la población y en la capacidad de inversión pública.

Según la Oficina de Estudios Económicos MinCIT. (2021) El Departamento de Huila se sumó al plan nacional de desarrollo del turismo para la consolidación de una economía creciente y sostenible a través de los ingresos de divisas extranjeras tan oportunas para el logro de tan poderosa meta. Para esta participación el Departamento inicio sus propósitos ofertando como pilares emblemáticos los atractivos del desierto de la Tatacoa y el parque Arqueológico de San Agustín, resaltando la actividad del eco turismo como principal evento en diferentes parajes de espléndida belleza natural, las cifras de visitantes fue paulatinamente en franco ascenso y en este sentido durante el año 2018, de acuerdo a lo difundido por el sistema de información turística y cultural del Departamento de Huila, tuvieron un crecimiento de 41% de turistas con respecto al año 2017, en total recibieron 732.701 nuevos invitados a sus ofertas atractivas, los medios de transporte terrestre movilizaron 5.942.897 pasajeros y los medios aéreos nacionales transportaron 156.254 visitantes.

Durante el año 2019 las cifras antes señaladas se redujeron en un 50% y el uso de servicios de hoteles solo fue cubierto un 44% de su capacidad instalada, estas estipulaciones significaron un ingreso de \$100.371.360.092, inmediatamente las entidades públicas y privadas involucradas en la cadena de valor del turismo del departamento activaron una serie de acciones para salir de la contingencia y los resultados fueron realmente impresionantes en contribución de continuar el proceso de crecimiento que años atrás comenzó. Sin embargo, la manera más pertinente para identificar lo ocurrido pre y post pandemia del covid-19 es a través de cuadros estadísticos, seguidamente se presentan graficas emitidas por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, en el mes de Julio del año 2021, se presentarán lo referidos al Turismo que representa el tema en cuestión al propósito del artículo:

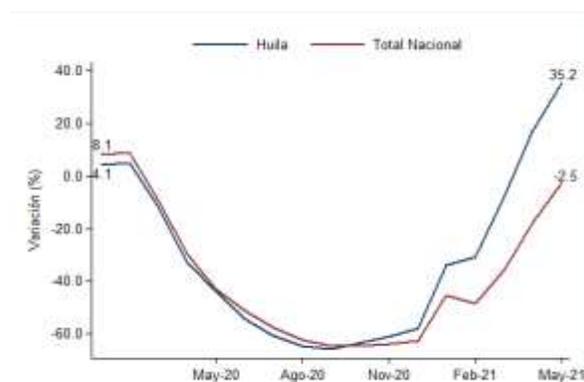
Figura 4: Participación en la llegada de extranjeros no residentes



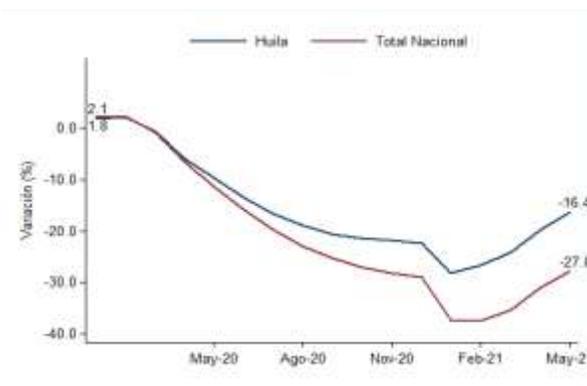
Fuente: OEE- MINCIT (2021)

Se presenta en primer orden la cuantificación de las visitas de turistas extranjeros por lo ya contemplado sobre los beneficios económicos que estos producen para los pobladores locales y la economía nacional. Se puede evidenciar desde el 2012 una constante que oscila entre 0,13 el menor valor presente, ocurrido en el año 2020 y 0,23 el mayor valor desde el mes de enero hasta el mes de mayo, casi el 50% del año 2021. Esto demuestra que los planes diseñados para posicionar al turismo del Huila, fueron precisos para un segmento del mercado extranjero, que de seguro se vincula al eco turismo emblema de la principal actividad turística del Huila que fueron afectados de manera significativa por las experiencias vivenciales propias de su ejecución que también contiene una cantidad importante de fanáticos, sobre todo los que sus hábitat están apartados de toda la expresión natural de extensión, como las del parque Arqueológico, por señalar uno en particular. El otro aspecto también interviniente fueron las medidas para neutralizar los eventos de la pandemia, los leales turistas respondieron con contundencia porcentual, en lo que al turismo departamental se refiere, siempre se cuestionara si fue un hecho de posicionamiento de mercado o las acciones realizadas para recuperar el empoderamiento.

Figura 5: Alojamiento de Turistas
Ingresos desde mayo 2020 a mayo 2021



Personal alojado mayo 2020 a mayo 2021



Fuente: DANE (2021).

Las presentes graficas permiten identificar a través de las estadísticas del alojamiento de turistas, la idea esgrimida a través de los índices de extranjeros que visitaron al Huila antes descrita, es visible que a finales del 2020 hasta el mes de Febrero del año 2021, se aprecia la caída abrupta de los indicadores, y como comienzan a crecer y aunque los índices continúan en condición negativa se detuvo el desplome e inicio del ascenso, esto para cualquier analista significa que fueron implementados acciones que detuvieron la caída e inmediatamente promovieron los ascensos progresivos, señalan los autores Samuelson, P. y Nordhaus W. (2006), que los planes de aspectos económicos no pueden tratarse de manera particular, sin las concernientes acciones de los aspectos involucrados, es decir, acción para detener la caída, esta va conectada con una que consiga el ascenso porcentual y así sucesivamente.

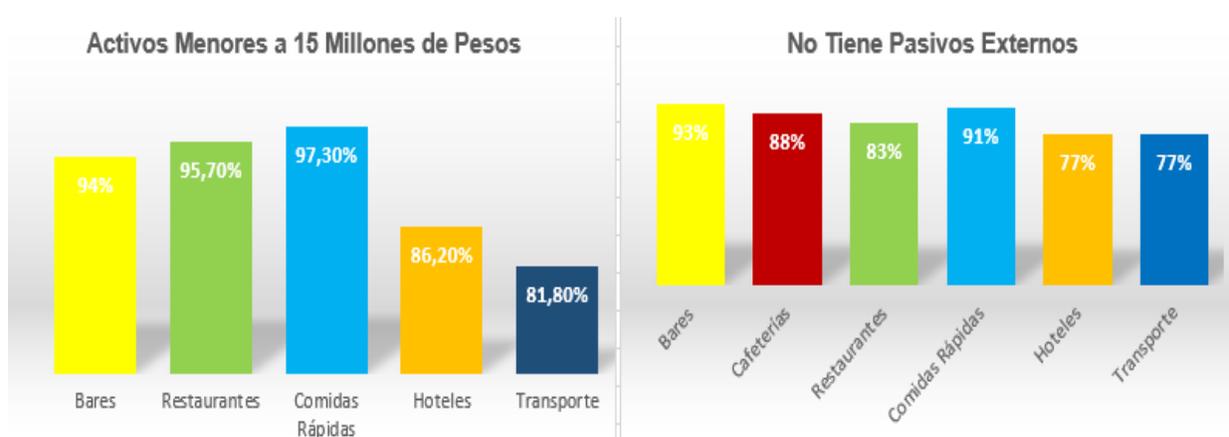
Todos estos movimientos señalan la adecuación de las acciones implementadas y promueven el retorno a los índices que en otrora se obtuvieron. La enseñanza para los pobladores de las tierras de Huila conlleva una preponderante y significativa demostración de ímpetu y determinación para afrontar las inclemencias imprevistas, se aprende y se enseña de generación a generación, y aunque parezca masoquista no hay mejor forma de consolidar el aprendizaje. Lo próximo en este artículo

conlleva señalar las estrategias utilizadas para alcanzar el retorno al camino del exitoso turismo del Departamento de Huila.

- Explicar las estrategias empleadas para reducir los efectos del Covid-19 en el turismo en el departamento de Huila.

El panorama analizado y descrito en el desarrollo de los objetivos específicos 1 y 2 permiten entender las acciones empleadas por las distintas organizaciones que integran el sector turístico en Huila, sin embargo, antes de desarrollar este punto se procede a analizar la variable información financiera que están totalmente vinculada con las estrategias aplicadas. En este sentido es importante aclarar que se mostraran cada una de las empresas que integran al sector turístico.

Figura 6: Variable Información Financiera



Fuente: Dussan, L. (2020).

Como se puede apreciar en la figura 6, las empresas que integran el sector turístico poseen activos menores o iguales a 15 millones de pesos, lo que indica que estas industrias poseen un promedio en 91% de estas valoraciones de activos (no se incluyó a las cafeterías porque tenían en promedio activos menores a 5 millones de pesos). Otro aspecto a destacar que es estas empresas, prestadoras de servicios no poseen en promedio deudas externas en un 85%. Los datos antes presentados evidencian solvencia y capital de trabajo con que cuenta el sector.

Figura 7: Variable Información Financiera



Fuente: Dussan, L. (2020).

La figura 7 muestra en promedio como el 92% de las empresas del sector turístico de Huila realizan sus actividades comerciales con financiamiento propio, lo que indica que tienen un alto grado de solvencia y liquidez.

Seguidamente se presentan las principales estrategias empleadas por las empresas que integran el sector turístico del Huila, de acuerdo con la investigación realizada por el autor Dussan, L. (2020); durante los primeros tres meses de pandemia, las mismas son:

- a) Cesación de los contratos de trabajos.
- b) Reducción del personal.
- c) Se otorga a los empleados fijos una ayuda familiar la cual podría ser en efectivo o mercancía.
- d) Reajuste de la jornada laboral de acuerdo a las necesidades que amerite.
- e) Aunque se atendió la llamada de cierre temporal, contaban con inventarios que le permitían sostener sus actividades en promedio en un 88% entre 1 o 2 meses.
- f) Dotación para el personal que permitiera cumplir con las normas de seguridad e higiene para garantizar la protección de salud tanto de los empleados como de sus clientes en un futuro no muy lejano.

Como se puede apreciar, las acciones implementadas por los microempresarios que integran el sector turístico en Huila, realizaron estrategias con un amplio radio de acción fundamentado en la estabilidad económica que tienen y que le permite reestructurar las actividades de negocio en función de los cambios que están enfrentando. Como lo indican

Discusión

Según el postulado de los autores Pulido, L y Cabello, E. (2020), indicaron que durante el primer momento de la llegada del virus al país se registró un cierre temporal del 50% de los servicios hoteleros, esto represento una caída en ingresos de aproximadamente 950.000 millones de pesos en solo dos semanas. Las ciudades que se vieron más afectadas fueron Bogotá, Cartagena, Barranquilla, Medellín. Además, otras zonas en las cuales el turismo es la actividad preponderante de su población, entre estas se encuentran: Quindío, Magdalena, San Andrés, Caldas, Tolima y Boyacá, donde el nivel de ocupación presentado no llego a 1%, esto incidió de forma negativa en los prestadores de servicios porque muchos establecimientos viven de esta actividad, por lo que el cierre del negocio de forma temporal o no se traduce en la disminución de sus ingresos y el posible fin de su negocio, ante una realidad que se presentaba con mucha incertidumbre.

Por lo anterior, según León Forero (2021) al inicio del año 2021 las medidas tomadas por los alcaldes, gobernadores y la orden de cuarentena emitida por el gobierno colombiano, lograron afectar particularmente a la industria del turismo en departamentos como Huila, contratando esta información con lo afirmado por el DANE (2021), en el primer trimestre de 2019, el 12.4% de la población nacional viajó internamente, gastando un promedio de 72,517 pesos por persona por día; en el segundo trimestre lo hizo el 10% de las personas, y cada persona gastó un promedio de 79,352 pesos por día. Si las medidas anteriores mantuvieran esa tendencia hasta finales de mayo, el país puede perder alrededor del 2% del PIB en 2020.

Según estas cifras, se espera que la industria del turismo en Huila pierda 6.600 millones de pesos debido a la fuerte disminución del número de personas que viajan y gastan en el país durante fechas festivos y de feriados en el departamento. Para 2020, esta pérdida representará el 0,5% del PIB. Con todo, las medidas tomadas en respuesta al COVID-19 afectarán en gran medida a toda la industria del turismo en cada municipio del departamento.(Cabello, 2021) Si las medidas anteriores continúan hasta finales de año 2021, el país podría perder alrededor del 2% del PIB, según Ortega (2020) algunas de las industrias turísticas más afectadas durante el periodo de Covid en 2021 son:

- Alojamiento -aproximadamente el 65% del valor añadido de la industria turística-
- El sector de las agencias de viajes
- La industria de la aviación que opera en el departamento.
- La industria turística representa alrededor del 8% del empleo nacional, por lo que la caída en las ventas de todas las empresas turísticas afectará seriamente el empleo directo, indirecto e inducido que genera esta industria.(p. 21)

Por lo anterior, es necesario mencionar el aporte realizado por el sector público materializado por la Gobernación del departamento de Huila, para la reactivación económica del turismo, a través de la interacción entre los dos componentes tanto el sector privado como el público, para concretar otras estrategias con la finalidad de posicionar nuevamente al turismo en el departamento. En este sentido, a través de la cadena de valor propuesta se aprecia que se apuesta el E-Turismo, lo que resulta una estrategia totalmente viable, implementada por la mayoría del sector en los distintos países porque permite el control y planificación de la movilización de los clientes dentro de medidas de seguridad que respaldarán su salud y la de los involucrados en las prestaciones del servicio. De esta forma, se hace un mayor uso de la tecnología para las reservas, pagos, promociones de los principales sitios turísticos de la zona, garantía de del estatus si estará abierto o cerrado. Por último, se trabajará en conjunto en campañas para promover un turismo nacional. (Brida, 2011, p. 31).

Las empresas privadas del sector turístico en el departamento de Huila deben invertir y apostar diferentes estrategias de reducción de precios y ofertas especiales para impulsar el turismo interno. Por lo anterior es necesario pensar cómo recuperar el sector turístico de la pandemia mientras se buscan soluciones de mediano y largo plazo para revertir esta tendencia negativa del sector en Huila. (Sanchez, 2021, p. 38)

Conclusiones

El trayecto transitado a través del desarrollo de este artículo sobre los efectos de la pandemia del COVID- 19 y la actividad turística del Departamento de Huila de Colombia se convirtió en un verdadero aprendizaje significativo. Las primeras revisiones se encaminaron en dirección al enfoque científico de los postulados económicos, que esgrimen las fortalezas de economías bien sustentadas por los principios que fundamentan las acciones mediante la debida atención de la microeconomía entorno a una macroeconomía que amuralle las contingencias exógenas, es decir, no les permitieran a esas vicisitudes alterar el adecuado funcionamiento de las unidades de producción. La vivencia del Huila en cuanto a su turismo, mostro inicialmente lo ocurrido en la mayor parte del mundo, es típico de algo sorpresivo, primero se hace un silencio, y luego se producen las respuestas, y estas son las que realmente muestran la verdadera condición estable de lo creado, o bases frágiles que generan en consecuencia un desplome inminente.

Durante parte del desarrollo del artículo se planteó una interrogante, ¿será que el posicionamiento del producto ofertado por el Departamento de Huila logro un grado de prevalencia en las mentes de los consumidores, que hizo que estos regresaran de manera contundente, en muestra de fidelidad con lo que les proporciona satisfacciones? Ante este cuestionamiento las respuestas van en busca de las adecuadas convicciones de los principios económicos, que postulan que cuando las empresas alcanzan ese nivel de fidelidad en mercados o segmentos bien definidos es la máxima expresión de la adecuada aplicación de las estrategias de mercadeo para presentarse en medio de la competencia y poner sobre la mesa un producto que permite lograr apoderarse de las ambiciones de los consumidores, en la otra cara de la moneda se conjugaron diversas acciones para concebir el producto tal como lo esperaban los clientes.

En el enfoque económico se dice con propiedad que las organizaciones inteligentes plantean estas concepciones a lo externo, porque en lo endógeno cuentan con un capital humano que se sustenta en su capital intelectual (conocimiento), y producen procesos, planes y estrategias que consideran diversos escenarios, por lo que se confirma una actitud proactiva que ante cualquier contingencia demuestra una capacidad de respuesta superior al resto de sus homologas, esta premisa se logra en cumplimiento de los postulados de la microeconomía y los de la macroeconomía. Sobre este aspecto existe una inmensa cantidad de bibliografías que desde diferentes sectores económicos señalan la comprobación del adecuado funcionamiento de estos fundamentos. Pero este artículo no pretende imponer un criterio en el hecho de solo indicar una modalidad única, al contrario, se presentarán tres proposiciones y se promoverá de esa manera el análisis racional del lector para optar por una forma de acción, o dos de ellas y porque no las tres.

Esgrimido lo atinente al hecho económico estructural, ahora le corresponde al contemplado por una nueva premisa conocida como la resiliencia, que está deambulando en las mentes de los pensadores, y se está convirtiendo en uno de los paradigmas propios de esta era humana. Tuvo su nacimiento como un término creado para explicar fenómenos sociales y del medio ambiente, pero fue extendiendo sus convicciones a otras ramas del saber, entre otras, la economía desde el enfoque del Turismo, en cualquier disciplina los principios de la resiliencia conllevan la capacidad de respuesta de los pobladores de un sitio destruido por avatares naturales que golpearon gravemente sus bases y le produjeron daños que se mostraban casi imposibles de recuperar, y por una fuerza intangible, aun no especificada, los pobladores lograron una recuperación de mejor constitución que la anterior.

Cuando se revisan los detalles de ejecución en la restauración es resaltante observar que esas surgieron en ese momento, no fue que el conocimiento no estaba en el difusor de la iniciativa, se trata de que no se encontraban contemplados en un plan de contingencia. En el enfoque económico, si trasladamos los eventos antes mencionados, para definirlos entorno a las especificaciones de los aspectos que la conforman, se puede alegar que la resiliencia económica tiene que ver con las afores que se aplican en una determinada población para imponer una respuesta adecuada al aspecto económico, que enfrente y derrote cualquier contingencia externa, que en su inicio pareciera invencible. Ante la crisis del covid-19 el Huila al igual que los demás departamentos sufrieron un enorme revés en el comportamiento de crecimiento en ascenso continuo de su actividad turística.

Huila llegó a cero valores estadístico en el mes de Febrero del año 2020, a partir de ese degradante y funesto acontecimiento, se presentó una reacción explosiva que involucra a organizaciones públicas y privadas, que implementaron una respuesta que freno contundentemente la caída e inicio una progresiva subida sostenida, que de acuerdo a la ley de la tendencia al alza estadística nos indica que antes que finalice este año, el turismo del Departamento de Huila volverá a su punto donde lo fracturo la pandemia. Listo hablamos de resiliencia absoluta, bueno usted toma su decisión, sin embargo, no se puede desligar de la condición mercantil pues la mayoría de las acciones son de procedencia económica. Entonces la pelota de ping pong se devuelve, la Resiliencia es otro aspecto económico. He ahí la tercera propuesta, para concluir este artículo, expresado a través de una Hipótesis para futuros motivados postulados racionales: ¿La Resiliencia Económica logro la recuperación del turismo del Departamento de Huila, después de la crisis del covid-19?

Referencias bibliográficas

- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (2020). Encuesta COVID-19. Recuperado de <https://anato.org/wp-content/uploads/2020/04/Encuesta-de-impacto-COVID-19-3.pdf>
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia (2020). Sector hotelero en Colombia en crisis más profunda de su historia. Recuperado de: <https://www.cotelco.org/noticias/crisishotelera>
- Brida, J. Monterubbianesi, P. y Zapata, S. (2011), Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Recuperado de: <https://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PASOS24.pdf#page=75>
- Cabello L. N. (2021). Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia.
- Colombia, D. A. N. E. (2021). Censo general 2005. Disponible en. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&qsp=1&q=dane+colombia+censo&qst=ib
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2020). Informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=dane+colombia&oq=DANE+C
- Dussan, L. (2020); Plan de Reactivación Económica del Departamento del Huila Frente Al Covid-19". Recuperado de: <https://cchuila.org/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-REACTIVACI%C3%93N-ECONOMICA-DEL-HUILA-CRECI.pdf>
- González, G. y Mosquera, V. (2019). acceso a la educación superior en jóvenes indígenas de la etnia Kuna en el Distrito de Panamá. Colección Ágora Latinoamérica. Tomo IV. pp.137-174. Disponible en: <https://www.aualcpi.org/wp-content/uploads/2019/10/agora-latinoamericana-tomo-iv.pdf#page=137>
- Hyo Sun Jung, Yoon Sik Jung y Hye Hyun Yoon. (2020). COVID-19: The effects of job insecurity on the job engagement and turnover intent of deluxe hotel employees and the moderating role of generational characteristics. Korea. International Journal of Hospitality Management. Vol. 92. No. 102703. Recuperado de: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0278431920302553?token=B6CDA780D879DDA806BF093DDB357C227ADEBA89FF946680A73A95B7847585FB90AB9CBFEE76985A1B77435667A2B5F9&originRegion=us-east-1&originCreation=20210818205316>
- Kökény L, Kenesei Z. y Neszveda G. (2021). Impact of COVID-19 on different business models of European Airlines. Current Issues In Tourism. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1960284>.
- Kuščer, K. Eichelberger, S. y Peters, M. (2021). Tourism organizations' responses to the COVID-19 pandemic: an investigation of the lockdown period. Current Issues In Tourism. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1928010>
- León-Forero, P. (2021). La importancia del turismo en Colombia y Argentina sus cambios y reactivación después del COVID-19.
- Mercado, W. (2020). Marco Teórico y Metodológico de la Monografía del Trabajo de Suficiencia Profesional. Universidad Nacional Agraria La Molina. Perú.
- Migración Colombia-OEE- MINCIT (2021). Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor. Recuperado de: https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/num_viajeros/2?t=1#gsc.tab=0

- Ntounis, N. Parker, C., Skinner, H., Steadman, C. y Warnaby, G. (2021). Tourism and Hospitality industry resilience during the Covid-19 pandemic: Evidence from England. *Current Issues In Tourism*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1883556>
- Oficina de Estudios Económicos MinCIT.(2019). *Informe de Turismo 2019*. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticase-informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oe-turismo-enero-diciembre-12-03-2020-29abr2020.pdf.aspx>
- Oficina de Estudios Económicos MinCIT.(2021) Información: Perfiles Económicos Departamentales. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/2ec26c4e-f39c-4e1b-8027-381ee081a860/Huila.aspx>
- Ortega Gómez, A. M. (2020). Medidas que se han tomado para recuperar el sector turismo en Colombia a partir de la afectación del Covid-19.
- Pulido, L y Cabello, E. (2020). Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia.
- Samuelson, P, y Nordhaus, W. (2006). *Economía*. Editorial McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U.
- Sánchez Ramos, K. J. (2020). Impacto Económico del COVID-19 en Colombia.
- Vega, V. Castro, F. y Romero, A. (2020). Impacto de la Covid-19 en el turismo mundial. *Revista Universidad y Sociedad*, Vol. 12. No.1, p.p. 207-216. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/346927633_Impacto_de_la_COVID-19_en_el_turismo_mundial