



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO

Trabajo de grado presentado para optar a título de:
Profesional en turismo

Autores:

Fallón Daniela Díaz Monje
Dagna Valentina Galindo Salamanca
Lina María Granada Monroy

Tutor: Manuel Darío Joves Rueda

**PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PROSPECTIVAS EN TORNO A LOS GUÍAS
DE TURISMO PARA LAS FUTURAS CRISIS, A PARTIR DE LA COVID 19**

Bogotá, D.C, 2021

24/11/2021

**PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PROSPECTIVAS EN TORNO A LOS GUÍAS
DE TURISMO PARA LAS FUTURAS CRISIS, A PARTIR DE LA COVID 19**

Fallón Daniela Díaz Monje
Dagna Valentina Galindo Salamanca
Lina María Granada Monroy

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

BOGOTÁ, D.C

24/11/2021

**PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PROSPECTIVAS EN TORNO A LOS GUÍAS
DE TURISMO PARA LAS FUTURAS CRISIS, A PARTIR DE LA COVID 19**

Fallón Daniela Díaz Monje
Dagna Valentina Galindo Salamanca
Lina María Granada Monroy

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TITULO DE:
PROFESIONAL EN TURISMO**

MODALIDAD: INVESTIGACIÓN

Tutor: Manuel Darío Joves Rueda

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

BOGOTÁ, D.C

24/11/2021

Agradecimientos

Al concluir una etapa tan maravillosa de nuestras vidas queremos extender un profundo agradecimiento a quiénes hicieron posible este sueño, aquellos que junto a nosotras caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza.

En primera instancia agradecemos a nuestros jurados y tutor por transmitirnos sus conocimientos y dedicación.

Agradecemos a nuestros docentes Ivan Fernando Amaya Cocunubo y Yency Marcela Velandia por su apoyo, consejos, ayuda, conocimientos y todo el esfuerzo que nos brindaron, no solo en la realización de nuestro trabajo de grado si no durante nuestro proceso en estos años de carrera en donde más que ser docentes se convirtieron en nuestros amigos

Gracias a nuestra institución Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por brindarnos la oportunidad de formarnos como profesionales en turismo y personas íntegras

La mayor gratitud es para nuestras familias quienes fueron un pilar fundamental para llegar a este punto, cada día nos acompañaron y nos animaron a seguir adelante sin desfallecer a pesar de las adversidades presentadas en este proceso

Resumen

Esta investigación tuvo como propósito evidenciar las afectaciones en los guías de turismo de Bogotá, debido a la covid 19, pues, es indudable que el turismo ha sido fuertemente perjudicado por la pandemia y, dentro de éste, los guías de turismo. Para tal fin, se acudió a una metodología de tipo mixto, apoyada en técnicas tales como, encuestas, historias de vida laboral y matrices de triangulación. Se encontró, que los guías de turismo consultados obtuvieron diferentes afectaciones económicas como sociales, junto con su núcleo familiar, pues su sustento depende de esta actividad. Se evidenció que las entidades encargadas del turismo en el país han realizado estudios para establecer las afectaciones de la pandemia, en los que han incluido a los prestadores de servicios turísticos siendo los guías de turismo los menos estudiados.

Palabras clave: turismo, reactivación, pandemia, estrategias, guías de turismo.

Abstract

The purpose of this research was to demonstrate the effects of covid 19 on tourist guides in Bogota, since tourism has undoubtedly been strongly affected by the pandemic and, within this, tourist guides. For this purpose, a mixed methodology was used, supported by techniques such as surveys, work life histories and triangulation matrices. It was found that the tour guides consulted had different economic and social effects, together with their families, since their livelihood depends on this activity. It was evidenced that the entities in charge of tourism in the country have carried out studies to establish the effects of the pandemic, in which they have included the tourism service providers, being the tour guides the least studied.

Key words: tourism, reactivation, pandemic, strategies, tourist guides.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Plantear estrategias preventivas para momentos de crisis basadas en las afectaciones sociales y económicas de los guías de turismo de Bogotá frente a la covid 19.

1.2.2 Objetivos específicos:

1. Delimitar a los guías de turismo afectados por la covid-19 en Bogotá, que harán parte del estudio.
2. Establecer las afectaciones sociales y económicas en los guías de turismo de Bogotá a raíz de la pandemia.
3. Definir los mecanismos de prevención para mitigar los riesgos a los guías de turismo a futuras crisis.

Resumen

Esta investigación tuvo como propósito evidenciar las afectaciones en los guías de turismo de Bogotá, debido a la covid 19, pues, es indudable que el turismo ha sido fuertemente perjudicado por la pandemia y, dentro de éste, los guías de turismo. Para tal fin, se acudió a una metodología de tipo mixto, apoyada en técnicas tales como, encuestas, historias de vida laboral y matrices de triangulación. Se encontró, que los guías de turismo consultados obtuvieron diferentes afectaciones económicas como sociales, junto con su núcleo familiar, pues su sustento depende de esta actividad. Se evidenció que las entidades encargadas del turismo en el país han realizado estudios para establecer las afectaciones de la pandemia, en los que han incluido a los prestadores de servicios turísticos siendo los guías de turismo los menos estudiados.

Palabras clave: turismo, reactivación, pandemia, estrategias, guías de turismo.

Abstract

The purpose of this research was to demonstrate the effects of covid 19 on tourist guides in Bogota, since tourism has undoubtedly been strongly affected by the pandemic and, within this, tourist guides. For this purpose, a mixed methodology was used, supported by techniques such as surveys, work life histories and triangulation matrices. It was found that the tour guides consulted had different economic and social effects, together with their families, since their livelihood depends on this activity. It was evidenced that the entities in charge of tourism in the country have carried out studies to establish the effects of the pandemic, in which they have included the tourism service providers, being the tour guides the least studied.

Key words: tourism, reactivation, pandemic, strategies, tourist guides.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	5
1. Problema de investigación.....	6
1.2 Objetivos.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3 Justificación.....	8
2.Estado del arte.....	8
2.1 Investigaciones nacionales antes de la Pandemia.....	9
2.2 Investigaciones nacionales e internacionales durante la Pandemia.....	17
2.3 Marco teórico.....	23
3. Metodología.....	30
3.1 Tipo de investigación.....	30
3.2 Definición de variables e indicadores.....	30
3.3 Población y muestra.....	30
3.4 Enfoque del trabajo modelo de métodos aplicados.....	31
3.5 Técnicas de análisis de datos.....	32
3.6 Limitaciones.....	32
4.Resultados.....	33
4.1 Delimitación de los guías de turismo en la ciudad de Bogotá.....	33
4.2 Impactos sociales y económicos.....	44
4.3 Estrategias.....	47
4.3.1 Plan estratégico: Acción Preventiva.....	48
4.3.1.1 Líneas estratégicas.....	49
4.3.1.1.1 Plan de emergencias.....	49
4.3.1.1.2 Formación del sector para emergencias.....	49
4.3.1.2 Medidas.....	50
4.3.2 Plan estratégico para guías de turismo: Formación y apoyo.....	51

4.3.2.1. Líneas estratégicas.....	52
4.3.2.1.1 Estudio sobre guías.....	52
4.3.2.1.2 Plan Certificate.....	52
4.3.2.1.3 Intervención de Recorridos	53
4.3.2.1.4 Creación e impulso de productos turísticos	53
4.3.2.1.5 Reserva Económica.....	53
4.3.2.3 Medidas.....	53
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	60
Referencias Bibliográficas.....	62
Acápites.....	70

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Rango de edad.....	33
Figura 2. Niveles educativos.....	34
Figura 3. Tiempo de antigüedad como guía turístico.....	35
Figura 4. Tipología de guías de turismo	35
Figura 5. Guías certificados	36
Figura 6. Capacitaciones durante la pandemia.....	36
Figura 7. Actividades laborales diferentes a la guianza durante la pandemia.....	37
Figura 8. Ayudas durante la pandemia.....	38
Figura 8.1. Qué tipo de ayudas recibió.....	38
Figura 9. Entidad de la que recibió ayudas	39
Figura 10. Abstención de compras	40
Figura 11. Familias que dependen del trabajo del guía	40
Figura 12. Retomar actividades como guía.....	41
Figura 13. Actualmente recibe ayudas de entidades públicas o privadas.....	42
Figura 13.1 Le gustaría recibir ayudas en la actualidad.....	42
Figura 14. Proyección para seguir trabajando como guía.....	43
Figura 15. Estrategias institucionales.....	43
Tabla 1. Matriz de triangulación impactos sociales.....	44
Tabla 2. Matriz de triangulación impactos económico.....	45
Tabla 3. Tabla de estrategias.....	47

Introducción

El turismo ha sido una de las industrias más afectadas dentro de la emergencia sanitaria de la covid-19 a nivel global. Este virus atacó rápidamente, impidiendo a los gobiernos planificar estrategias preventivas para minimizar repercusiones en áreas de salud y económicas. Partiendo de lo anterior, se buscó estudiar las afectaciones acaecidas en guías de turismo en Bogotá y se identificaron las estrategias que los entes gubernamentales implementaron para mitigar esta crisis en el sector, con el fin de formular otras con un enfoque preventivo y a largo plazo. Para la realización de esta investigación se tuvo en cuenta la legislación turística, reglamentados 13 tipos de prestadores de servicios turísticos (PST) a través de la ley 1101 del 2006. Al buscar el objeto de estudio, se optó por trabajar con guías de turismo de la ciudad de Bogotá.

La metodología utilizada en esta investigación fue una metodología mixta, es decir, cualitativa y cuantitativa en la cual se implementaron 3 técnicas de recolección de información. Para la revisión documental se tuvieron en cuenta 2 informes del Instituto Distrital de Turismo (IDT), en la matriz de triangulación, la aplicación de una encuesta a 72 guías de turismo certificados y sin certificar y 3 relatos de vida laboral de guías de turismo certificados.

La principal limitante de esta investigación fue la imposibilidad de hacer un trabajo de campo que permitiera conversar con más guías de turismo, sobre todo porque al principio de la pandemia las restricciones eran más fuertes. Al inició en el mes de marzo del año 2020 y continúa en noviembre del año 2021. En esta contingencia los entes gubernamentales aplicaron medidas de prevención de aglomeraciones para evitar aumentos de casos positivos, impidiendo acercamiento físico a los guías de turismo, razón por la que se optó la aplicación de una encuesta por google forms.

Este trabajo se encuentra dividido en cuatro capítulos así: En el primer capítulo se presenta el tema central del estudio, el problema de investigación, el planteamiento del problema, los objetivos, general y específicos y la justificación; en este capítulo se encuentra recopilado el propósito de la investigación, la conveniencia del estudio, los aportes sociales, la implicación práctica, el aporte teórico y la utilidad metodológica.

En el segundo capítulo se encuentran los antecedentes de las escasas investigaciones que respecto al tema se pudieron ubicar, pues, como esta investigación se propuso revisar las afectaciones derivadas de la covid-19, en los guías de turismo ubicados en Bogotá; siendo evidente que los estudios en el área de la salud se encuentran con más disponibilidad que en las otras áreas, ya que este sector se encargaba al ser una crisis sanitaria. También se registraron aquí los conceptos que orientaron la investigación.

En el tercer capítulo se muestra la metodología aplicada con su tipo de investigación, el enfoque del trabajo, las variables tales como ingresos y acciones preventivas, la población y la muestra, las técnicas de análisis de datos y las limitaciones. En el cuarto capítulo se escribieron los resultados, para dar cierre al texto con las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas.

1. Problema de investigación

En esta investigación se revisaron las afectaciones provocadas por la covid-19 en el turismo y guías de turismo de Bogotá. Según Rodelgo (2020) “la pandemia ha puesto de manifiesto que los procesos de globalización aceleran la propagación del virus” (p.22). El turismo es un actividad que conecta a todas las partes del mundo, el hecho de que cada país haya tomado decisiones necesarias para la protección de sus ciudadanos, dando como resultado la parálisis de las actividades cotidianas deteniendo la economía, por medio de acciones como el cierre de fronteras y la restricción de movilidad, involucrando a todos los sectores incluyendo el turismo y obteniendo un efecto cadena en las afectaciones a los guías de turismo de la ciudad de Bogotá.

La covid 19 provocó una disminución de turistas a nivel mundial, aproximadamente del 98% en comparación con el año 2019, como lo menciona la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo que representó una pérdida de unos 320.000 millones de dólares, provocando consecuencias innumerables y afectando principalmente la economía y la desaparición de empleos formales e informales (OMT, 2020). En relación con la cifras anteriormente mencionadas por la OMT, se puede decir que todos los prestadores de servicios turísticos fueron afectados, ya que dependen en la realización de la actividad y la llegada de turistas internacionales y visitantes nacionales, pero los guías de turismo son uno de los prestadores de servicios turísticos más vulnerables, ya que estos

turistas o visitantes son los que adquieren sus servicios de manera directa, por medio del contacto hacia ellos o indirecta por medio de paquetes de agencias u hoteles. En Colombia, las pequeñas y medianas empresas se han visto obligadas a cerrar sus establecimientos por la pérdida de ingresos, pérdida de productos y como consecuencia la reducción de personal, agravando las ofertas laborales que los guías de turismo tenían con estas micro y medianas empresas, como lo menciona la siguiente cita:

El 85% de los establecimientos de turismo en el país son micro y pequeñas empresas que generan en su mayoría hasta 10 empleos y debido a la coyuntura no cuentan con suficiente caja como para mantenerse a flote, solo disponen de recursos líquidos para pagar unas pocas semanas de nómina y poco más. (Bustamante & Naranjo, 2019, p.5)

La presencia de esta pandemia ha generado una gran pérdida de empresas y a su vez empleos generando una constante incertidumbre para los guías de turismo de la ciudad de Bogotá. Por ello se formuló la siguiente pregunta ¿Cuáles estrategias se pueden plantear para disminuir las afectaciones sociales y económicas de los guías de turismo en momentos de crisis?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Plantear estrategias preventivas para momentos de crisis basadas en las afectaciones sociales y económicas de los guías de turismo de Bogotá frente a la covid 19.

1.2.2 Objetivos específicos:

1. Delimitar a los guías de turismo afectados por la covid-19 en Bogotá, que harán parte del estudio.
2. Establecer las afectaciones sociales y económicas en los guías de turismo de Bogotá a raíz de la pandemia.
3. Definir los mecanismos de prevención para mitigar los riesgos a los guías de turismo a futuras crisis.

1.3. Justificación

La presente investigación parte de la preocupación de las investigadoras frente a la covid 19 y los nuevos retos que enfrentan los gobiernos. El sector turístico se ve en la necesidad de implementar estrategias anticipadas para la mitigación de las afectaciones, particularmente en los guías de turismo de la ciudad de Bogotá. Al ser los guías de turismo un factor vulnerable por la necesidad del ingreso de turistas que contraten los servicios de otros prestadores turísticos, ya que estos son una parte de la oferta laboral de los guías, de igual manera los guías no cuentan con una estabilidad laboral que permita generar pagos constantes a entidades de prestaciones sociales como lo son pensión, cesantías, salud y ARL, dejando no solo vulnerable su labor sino su futuro dentro del sector turístico. Es importante observar desde su perspectiva, la eficiencia de las acciones propuestas e implementadas por las diferentes entidades y organismos turísticos como lo son Instituto Distrital de Turismo (IDT) y Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT), con el fin de contribuir a la planificación del sector turístico de Colombia, para que en el marco de una futura pandemia o crisis se puedan minimizar los efectos colaterales hacia los guías de turismo, también a la visibilización de los guías en años anteriores como uno de los prestadores menos estudiados en sus ámbitos sociales, económicos y laborales. Este documento es uno de los primeros que se encarga de estudiar a los guías de turismo desde diferentes dimensiones, al igual permite a otros darle continuidad al estudio y mejorar la calidad de vida de este prestador. Estas afectaciones se identificaron a través de encuestas, historias de vida laboral y revisión documental, a partir de una metodología de triangulación, en la cual el investigador logra cruzar tres perspectivas diferentes y esto ayuda a obtener unos resultados más claros para los aportes de la investigación. A causa de la pandemia covid 19 no fue posible tener una comunicación cara a cara con estos prestadores de servicios turísticos.

2. Estado del arte

Para dar cuenta del estado del arte en esta investigación, se acudió a la revisión de diferentes documentos realizados tanto en Colombia como en el extranjero. En estas se analizaron los

objetivos generales, sus metodologías, sus resultados y conclusiones. En tal sentido, se presentan primero las investigaciones nacionales antes de la pandemia y posteriormente, las internacionales durante la pandemia. La mayoría de estos procesos investigativos se centran en la cadena de valor, en las que se encuentran las actividades directas e indirectas como el alojamiento, los restaurantes, los paquetes de servicios por parte de las agencias de viaje, el transporte y la guianza. Al estar los guías de turismo involucrados en esta cadena, cada cambio positivo y negativo hacia los otros prestadores de servicios turísticos involucra e impacta en ámbitos sociales y económicos a los guías de turismo. Esa interconexión que tienen los guías con los otros prestadores de servicios turísticos, razón por la que el grupo de trabajo a partir de esto, tomó desde un amplio espectro la actividad turística y cómo influencia a la guianza desde antes de la aparición de la covid 19 y durante la misma; dentro de la búsqueda de antecedentes no se encontró suficientes documentos relacionados con la guianza turística, mostrando el vacío de estudios hacia el gremio y siendo este una de las motivaciones del grupo de trabajo al momento de elegir a este gremio y realizar la siguiente investigación.

2.1. Investigaciones nacionales antes de la pandemia

En este apartado se abordó la situación de los prestadores de servicios turísticos en el país, antes de la pandemia, con el fin de establecer un contexto. El principal objetivo fue encontrar documentos en relación con los guías de turismo, pero en la búsqueda no se hallaron documentos acordes al objetivo de la investigación en Bogotá ni a nivel nacional, por lo que se optó por seleccionar documentos en torno al turismo en general y la cadena de valor. Para ello se revisaron trece investigaciones de diferentes partes del país, con el propósito de realizar una comparación del sector turístico en los años anteriores y así evidenciar las afectaciones de los guías de turismo

Varela, R. y Olarte, T. (2018) en *el Análisis de la competitividad del sector turístico del Área Metropolitana de Bucaramanga (Colombia)*. Su principal objetivo, es valorar el grado de competitividad del sector turístico del Área Metropolitana de Bucaramanga, en los prestadores de servicios turísticos con su registro nacional de turismo (RNT) activos, para mejorar la competitividad y el valor agregado. Valera y Olarte citan a varios autores y mencionan que el crecimiento del turismo en Santander “hace necesario el análisis de la competitividad sectorial

regional, de cara a la constante adaptación que este debe hacer a nuevas y complejas realidades del mercado turístico" (Varela y Olarte 2018 p.201).

Como resultado de esta investigación, se observó que el sector turismo carece de análisis cualitativo que muestre un resultado o perspectiva diferente al de la competencia, Además, que no solo muestre resultados cuantitativos, es decir que se implementen técnicas mixtas que se puedan aplicar y superar las diferentes brechas sectoriales, dando una mirada holística de las problemáticas y realidades de los PST, como evidenciar el proceso de los guías de turismo formales e informales y el valor del turismo en general en Bucaramanga.

El artículo de Agudelo et al., 2019 *Llegadas de turistas internacionales a Colombia durante 2001-2017: evolución, características y determinantes* tuvo como objetivo analizar la llegada de los turistas al territorio colombiano y el incremento que se presentó paulatinamente en el transcurso de los años, teniendo en cuenta que estas dependen de la economía que se estaba viviendo en los diferentes países emisores. El sector turístico juega un papel dinamizador en el sector de la economía mundial ya que promueve nuevos empleos, tecnologías y es fuente de nuevos ingresos.

Las llegadas de viajeros internacionales, cuya tendencia se refleja en los ingresos externos, han crecido sostenidamente por seis décadas debido a la globalización, los avances en la conectividad y reducción de tarifas del transporte aéreo, la abolición de trámites para la obtención de visas, los desarrollos tecnológicos de las comunicaciones. (Dupont et al. 2009 y OMT, 2017. p.4)

Como consecuencia, los ingresos externos generados por la actividad turística han ido aumentando a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta los cambios sociales, políticos, económicos, tecnológicos y ambientales que redefinen la prestación de los servicios turísticos a nivel mundial para así generar ingresos anuales en aumento. De lo anterior, se evidenció que la inversión de la población extranjera en el sector turismo es importante para la economía del territorio colombiano, al contribuir en el aumento de la planta turística del sector. Este artículo aporta a la investigación, ya que permite tener una perspectiva del alcance del turismo colombiano a nivel internacional previo a la pandemia cambiando las dinámicas del crecimiento.

En la investigación de Mackey, Y., Peña, D. (2017). *Turismo en Colombia ¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo?* Los autores describieron cómo el turismo ha sido un pilar fundamental para combatir los problemas que se presentaron en el territorio colombiano durante su historia: se encontraron pérdidas económicas, la violencia, el cambio climático y las afectaciones ambientales.

El sector turismo ocupa el cuarto lugar después de los combustibles, productos químicos y productos alimenticios en la economía mundial, esto evidencia el desarrollo que en los últimos diez años se ha incrementado exponencialmente. Según la Organización Mundial del Turismo. (OMT, 2014 como se citó en Mackey, 2017)

Para llegar a considerar el turismo como variable determinante dentro del marco macroeconómico actual y con proyección a 2030, fue importante determinar el porcentaje de personas que llegan en total al país en el sector gracias a la motivación de disfrutar su tiempo de ocio, y esto se vio reflejado en los estudios realizados por el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE). El turismo siempre ha sido una alternativa de ingresos y como resultado en la última década tuvo un crecimiento en uno de los primeros puestos de la economía colombiana. Al igual que en la anterior investigación, este representa un hito importante para revisar cómo el turismo venía avanzando antes de la incidencia de la covid 19.

Jácome, E. (2014) en *La integración turística bi-nacional, los aportes de los operadores turísticos privados y su impacto en el mercado local: comparaciones Ecuador-Colombia 2008 - 2012*. Analizó las características del turismo binacional desde las operadoras turísticas privadas y los aportes económicos generados a cada país (Ecuador y Colombia). De igual manera, estableció una comparación entre los dos países mostrando periodos anteriores y los de ese mismo año (2014), para fortalecer los sectores públicos y privados con el fin de llegar a un real entendimiento del turismo binacional. Por eso se toma la siguiente cita encontrada en esta investigación.

Ecuador como Colombia están apostando al turismo, con la finalidad de generar mejoras en sus economías, puesto que es ésta una de las actividades que de mejor manera genera incrementos en el ingreso de divisas, creación de empleos directos e indirectos y generación de valor agregado bruto, como parte de las estrategias de desarrollo. (Citado por Jácome y Meyer 2004 p.17)

El turismo abarca todos los servicios como la hotelería, el transporte, la alimentación, la gestión directa o indirecta de operadores turísticos, se posiciona en una industria que engloba diferentes tipos de economía, al abrirse en su forma o carácter empresarial obtiene un papel importante dentro del Estado, ya que su participación en el turismo mundial se ha visto marcado, gracias a que esta actividad ha influenciado en los procesos económicos del país, a tal grado que diferentes lugares en Colombia, han enfocado su vocación territorial hacia el turismo, por lo que, se considera como un generador de impulsos para la ejecución y coordinación de las diferentes políticas principales que se desarrollan en el sector.

Para Zúñiga, A., & Castillo, M. (2012) en la investigación de *Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010)*. Observan lo sucedido en el sector, analizando las investigaciones que se habían realizado sobre turismo en Colombia. Se visualizó que el territorio colombiano se encuentra en desarrollo con un crecimiento estable durante los últimos años.

De acuerdo con lo reportado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia “el sector turístico como uno de los más importantes dinamizadores a nivel mundial, y en el caso de Colombia se venía convirtiendo en un pilar estratégico para la recuperación del desarrollo económico” (2010). Aunque las investigaciones del ámbito de la hotelería y el turismo muestran impactos económicos limitados, de igual manera mostrando indicaciones del crecimiento, generado en el sector turístico en los últimos años y las deficiencias en los índices de competitividad donde Colombia ocupa el lugar 77 de 139 países.

Barrera et al. (2013). en el *Análisis Sectorial: Sector Hotelero En Colombia* habla sobre el crecimiento del país en cuanto a su economía. Fue necesario analizar los aspectos relacionados con el desarrollo, la economía y los efectos del entorno, teniendo como punto de referencia el

sector hotelero y la otra parte de la industria turística como importantes contribuyentes a la economía en el PIB del país, ya que mostró para el segundo trimestre el año 2012 un aumento del 4,3% en comparación con el año anterior.

El compromiso del gobierno en fomentar el turismo en nuestro país ha sido clave para el desarrollo en el sector al igual que de la imagen proyectada al exterior, en donde Colombia se ve como un país lleno de oportunidades y muy atractivo para el turismo y la inversión. (Barrera et al, 2013 p.10)

En Colombia el crecimiento económico le ha permitido consolidarse, posicionarse en grandes proyectos y decisiones a futuro, atrayendo inversionistas nacionales como extranjeros para la introducción de la tecnificación de la industria; gran parte de este desarrollo se lo debe al turismo en específico al sector hotelero presente en el país. Debido a la importancia que el sector turismo tiene sobre el desarrollo y la estabilidad económica del país, permitió ampliar el panorama y tener claridad acerca de los aportes que la hotelería ha tenido en el crecimiento económico en Colombia en los últimos años. Además, es importante revisar este PST como es los hoteles ya que es un gremio que aporta a la generación de empleos de los guías de turismo.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT 2017). En el artículo *Análisis de la cadena de valor de Cali*, el objetivo fue evaluar la cadena de valor de la ciudad de Cali con el fin de identificar las limitaciones del sector turismo y su mercado turístico. Este análisis se hizo a nivel departamental, a la vez plasmaron recomendaciones a nivel nacional para disminuir las limitaciones que tiene este sector en Cali como la informalidad.

El sector turístico se vio en el país en un constante crecimiento, como lo menciona la OIT (2007): “Colombia tuvo un patrón mucho más dinámico subiendo de 2,98 millones de turistas internacionales en el 2015 a 3,32 en el año 2016, lo cual refleja una variación significativa del 11.38%” (p.3). Los autores generaron recomendaciones en relación a la cadena de valor, por medio del aumento de la competitividad a través de la articulación de los recursos naturales, culturales y la infraestructura, para así evidenciar la madurez de un destino, garantizando la sostenibilidad. Estas recomendaciones fueron formuladas a partir del resultado de la aplicación de entrevistas

sostenidas, estableciendo que la mejora del destino parte desde la construcción de mesas de turismo para involucrar a los actores, el Consejo de Turismo como ente regulador y vinculador de lo público y privado, la creación de clústeres para la agrupación de prestadores de servicios turísticos con el fin de atender las necesidades del país. Aparte de darnos una perspectiva del turismo antes de la covid 19, muestra la encadenación del turismo y fomento para la construcción de estrategias, en la continua mejora de la cadena de valor en ciudades principales como lo es Cali.

La investigación del *Estudio de competitividad del sector turismo en Colombia* escrito por Bravo & Rincón (2013) se realizó con el objetivo de conocer la competitividad del sector turismo en el mundo, en especial en el territorio colombiano y cómo este sector ha llegado a impactar en la economía del país, tomando una posición importante para el PIB del territorio cómo lo afirman Bravo & Rincón (2013): “el sector turístico en Colombia ha venido presentando unos niveles de crecimiento significativos, como lo ratifica la quinceava posición que ocupó el país” (p.46).

A partir de lo anterior y tomando en cuenta el crecimiento del turismo en el país, concluyeron que el sector turístico presentaba falencias internas entre las que se encontraban la planta turística y el talento humano, en su mayoría posicionado en la informalidad. Estos autores presentan como ventajas las políticas del gobierno nacional, entre las cuales se pueden encontrar la política de mercadeo, promoción turística y políticas sectoriales de sostenibilidad. Expresaron además que Colombia tiene un gran potencial en materia de competitividad gracias a sus destinos turísticos, lo que le da una muy buena posición en Latinoamérica debido en gran parte a la inversión que hay en diferentes campañas promocionales.

Lo que se buscó en la investigación de Sánchez, P et al (2019) *Viajeros 2019* planteada por el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá (IDT) fue poder caracterizar los tipos de viajeros o turistas que llegan a la ciudad de Bogotá. Aquí se pudo evidenciar las motivaciones de viaje y los medios de transporte utilizados, mediante encuestas a las personas que iban llegando tanto al aeropuerto internacional El Dorado como a las terminales de transporte terrestre. Bogotá, como la capital de Colombia, con un aeropuerto internacional diariamente recibe una alta cantidad de viajeros que en el transcurso de los años ha ido aumentando como afirmó la OMT: “durante los últimos 10 años

el turismo mundial se ha mantenido en una senda de crecimiento promedio del 5% anual”. (Citado por Sánchez, P et al 2019 p.7)

La investigación mostró que el 54.8% de los turistas se desplazan a Bogotá en sus épocas de vacaciones en busca de recreación y ocio; también se concluyó en este estudio que los turistas nacionales, con un porcentaje del 76,4%, no ocupan alojamiento en hoteles, ya que estos visitan a sus familiares. Pero un 46.9% de los turistas nacionales si utilizan el servicio hotelero. Los principales lugares de emisión nacional son los departamentos grandes como Cundinamarca, Boyacá, Tolima, e internacionalmente son los países latinos entre los que se encuentran Ecuador, Chile y Perú.

Por su parte, Brida et al, (2017) en la investigación, titulada *la contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo-CST* midieron el nivel de contribución económica del turismo por medio de la cuenta satélite de Colombia. Después de revisar el nivel de divisas y visitantes registrados, expresaron que “Colombia no ha sido ajena a la dinámica global; según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, el país en el 2015 recibió \$5.251 millones USD en divisas, 4.447 miles de visitantes internacionales”. (Brida et al, 2017. p. 126)

El sector turístico tiene una gran relevancia en la economía de Colombia, por esto los autores recomiendan realizar mejoras que incluyan otros sectores como el transporte, para medir la contribución del turismo en la economía y no solo centrando el sector turístico en las entradas económicas del gremio hotelero y restaurantero. He indicaron que la metodología para la medición de las cuentas satélites tiene que mejorar con el fin de “integrar efectos indirectos o inducibles”. (Brida et al, 2017, p.135). Para que el turismo desde este mecanismo de recolección de información entienda la actividad, permitiendo reformar y crear políticas públicas que posibiliten consolidar el turismo.

Mediante la investigación el *Impacto de la inversión extranjera directa en el sector hotelero colombiano* planteada por Montoya & Gaitán (2013), analizaron cómo la inversión extranjera beneficia económicamente al sector hotelero, teniendo en cuenta que la contribución del turismo al PIB es uno de los sectores más activos como afirma Puri (2007) “actualmente la industria del

turismo provee más de 220 millones de empleos y representan el 8% del empleo mundial, es decir uno de cada doce empleos, y constituye cerca del 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial”. (p.84)

Estos autores visualizaron que la contribución extranjera generó un impacto positivo en la balanza de pagos, el gasto público y la deuda externa, la creación de nuevos empleos, una mayor calidad de vida a los habitantes, disminuyendo la pobreza y la mejora de la planta turística del sector en innovación. Además, los autores afirman que, aunque el ingreso de la inversión extranjera al turismo en Colombia no es en otros países, el turismo es un pilar fundamental para la economía colombiana con una alta competitividad en el mercado, clasificándose como un destino de talla mundial.

El estudio *Posibilidades competitivas para la industria del turismo en Colombia: Un estudio exploratorio* de Mendoza & Lengerke (2018) aborda la competitividad de las empresas turísticas frente al diamante de la competitividad, incluyendo los grupos de investigación y las universidades que apoyan los procesos turísticos mediante la oferta o la transformación y comercialización de proyectos. Ellos concluyen que existen escenarios preocupantes como “competitividad para la industria turística, específicamente en la parte de infraestructura tecnológica”. (p.120) Ya que se producen vacíos y dificultades en el servicio, que sea de manera integral o novedosa, ya que Colombia no estaría a la par de grandes países potencias o países latinos que tienen la posibilidad de integrar nuevas tecnologías a su servicio. Se menciona la importancia de encontrar nichos en el sector turístico, como alternativa de mejora para la competitividad. Al respecto mencionaron que:

Es necesario elaborar hojas de ruta en temas de clusterización y asociatividad para lograr sinergias en precios de intermediación, paquetes de servicios diferenciados y marginales, mayor capacidad y mejores tiempos de respuesta en los procesos de servicios, establecer una estrecha relación con proveedores y clientes por medio de estrategias y tecnologías (p.120).

Muñoz, (2017). En un trabajo denominado *el Diagnóstico de los prestadores turísticos frente a la NTS-TS 003 en la Provincia del Alto Magdalena*, revisó los diferentes prestadores de servicio turístico en el Alto del Magdalena. Al respecto dijo que estos están enfocados en la gestión de

todos los recursos, de tal manera que, buscan satisfacer sus necesidades de tipo social y económico. Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el panorama del sector turístico a nivel nacional revela la inherente necesidad de promover instrumentos, que fomenten el uso de prácticas que permitan lograr el equilibrio entre el uso eficaz de las potencialidades estéticas, recreativas, científicas, culturales, naturales y la garantía de que se puedan proporcionar iguales o superiores beneficios a las generaciones futuras. (Muñoz, 2017, p.12)

El acompañamiento a las empresas y la investigación son fundamentales para promover el turismo regional; a través de esto se puede impulsar la oferta, la transformación y comercialización de productos y servicios turísticos para generar un valor agregado, aumentando la participación en los mercados, donde los consumidores domésticos y extranjeros son más exigentes y sofisticados. Sirve para potenciar las técnicas y la calidad de los procesos en la prestación del servicio, implementando estándares de calidad de manera que se pueda aportar al crecimiento real de la oferta de productos y servicios en el sector turístico, haciéndolos más competitivos en un contexto globalizado.

2.2 Investigaciones nacionales e internacionales durante la pandemia

Para conocer las condiciones en las que se encuentran los prestadores de servicios turísticos durante la pandemia, se consultaron varios informes sobre las situaciones que vivieron cada país y la forma en la que lo afrontan. Se establecen alternativas en las que el turismo debe desarrollarse en un futuro; estos documentos, en la investigación para la creación de estrategias que puedan implementarse evitando las afectaciones de la covid 19 en el turismo y en especial los guías de turismo.

El informe de Quezada (2020), titulado, *Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales*, evidenció los impactos de la covid 19 en el sector turístico mexicano e internacionales (entidades gubernamentales) y en las medidas de protección social, para evitar el aumento de contagios en los ciudadanos, estas medidas fueron cierres de fronteras cuarentenas obligatorias y parálisis de comercios las cuales amenazaron a la economía local, pérdida de empleos en menor número de turistas, y las acciones frente a la pandemia. Igualmente,

abordó las reactivaciones en países con los que compite México como destino receptor. Dentro del informe también menciona cómo cada país ha enfrentado la pandemia, por ejemplo: dice que en Francia crearon restricciones a la entrada del territorio continental y en altamar, Italia pretendió implementar promociones junto a la apertura de vuelo después del 15 de junio, teniendo en cuenta las medidas sanitarias y distanciamiento social.

Por otro lado, de manera muy breve el autor recopila las acciones de algunos países como lo fue Estados Unidos, implementando al principio de la pandemia por medio de su marca Brand USA, investigar al mercado tanto interno como externo y promocionarse; China, siendo uno de los países que mejor control presentó frente a la pandemia, mantuvo restricciones de movilidad y España realizó aperturas parciales de sus destinos el primero de junio levantando la cuarentena para los extranjeros.

El turismo ha sido una actividad sumamente afectada por los impactos de la pandemia de la covid-19, con pérdida de empleos a escala internacional en general y en México en particular. Al respecto, algunos expertos señalan que la recuperación turística puede tardar 70 meses para alcanzar los niveles previos a la pandemia. (Arsuaga, 2020. Citado por Quezada 2020, p.10)

De esta manera, el grupo de trabajo pudo visualizar que se deben tomar en cuenta las nuevas estrategias planteadas por los países para una reactivación del sector junto con una planificación. Los destinos tienen que procurar mejorar el empleo, ofrecerle a los visitantes una oferta más saludable y confiable y permitiendo que los visitantes disfruten de la gastronomía y cultura.

Rodelgo, S (2020) en *Informe OBS: Claves para entender el turismo pos-COVID-19* tuvo como objetivo, analizar el comportamiento del turismo antes de la pandemia covid-19 y cómo se trató otras crisis o pandemias, que han afectado de la misma manera al sector turístico y la economía, creando impactos significativos entre los cuales se encuentra la disminución de los ingresos al PIB mundial, el bajo número de turistas en todo el mundo y como lo menciona Rodelgo (2020), estas situaciones han “generado el colapso de las principales estructuras económicas”. (p.12)

El investigador concluyó que el sector turístico, al no ser un servicio de primera necesidad ha tenido dificultades para poder retomar operaciones, ya que ha sido uno de los últimos en reapertura y debido a que esta actividad es estacionaria, los productos promocionados no son almacenables y las pérdidas que se han creado en los últimos meses de cierre no se podrán recuperar. Además, la reactivación se dará de forma lenta obligando al sector realizar un estudio para poder conocer el nuevo turista y así reconfigurar los modelos de negocios.

El *Estudio de impactos de pandemias del siglo XXI en la economía y el sector turístico*, su objetivo fue el estudio de las diferentes pandemias: *SARS*, *Gripe A*, *MERS*, *COVID-19* y sus incidencias en la economía de ciertos países afectando al sector turismo. Los autores mencionan que “La covid 19 no tiene ninguna comparación con las anteriormente mencionadas, ya que ha afectado al conjunto del planeta debido a la alta tasa de contagio de la enfermedad que consigue propagarse rápida y sigilosamente gracias a los infectados asintomáticos”. (Fernández, 2020, p.18) Desde estos hallazgos concluyen lo importante de tomar medidas de acciones sanitarias, económicas y laborales para prevenir el aumento de efectos colaterales a la covid 19. También reflejan el tipo de acciones que se han utilizado en pandemias anteriores, por esto los autores remarcan la planificación a futuro e implementación de planes que logren dar manejo a problemáticas de nivel mundial, debido a que la globalización hace posible la aparición de un mayor número de enfermedades y estas se propaguen con facilidad, por esto, se debe estar preparados con medidas dependiendo del ámbito a tratar acompañadas de los avances tecnológicos.

La investigación de Ortega et al. (2020) *turismo postcoronavirus ¿una oportunidad para el postrecimiento?* expresa que la crisis de la covid 19 ha creado un impacto muy grande para el turismo, pero puede llegar a ser una gran oportunidad de cambio en la actividad turística y las decisiones tomadas frente a esta actividad, como los autores mencionan, “Los cambios que van a suceder en los próximos meses adelantan la fecha de caducidad de cualquier pronóstico y las previsiones turísticas para 2020 se han modificado varias veces desde el inicio de la crisis sanitaria”. (p.19) Este trabajo concluye diciendo que el sector turístico no ha encontrado en su mayoría ventajas que pueden surgir a partir de la presencia de la contingencia sanitaria,

mostrándose en las pocas iniciativas que defienden abiertamente el aprovechamiento de la crisis; sin embargo, resulta fundamental para estos autores que la emergencia sea un punto de reflexión para preparar a la oferta, en otras palabras, revisar el turismo de masas proponiendo cambios en su actuar para salir de esta crisis, cambios que deben venir de abajo hacia arriba, como las nuevas colaboraciones dentro de la cadena de valor y nuevas soluciones innovadoras relacionadas con la tecnología.

Según Montiel, (2020) en: *Alternativas orientadas al rescate del turismo en México en el contexto del Covid-19*, los estragos producidos por el virus covid 19 han puesto en interrogante a la economía del mundo, ya que se discute sobre una reapertura pronta, pero en cuanto a la evolución de la pandemia no parece ser muy acertada la forma de reactivación. Por eso dice que:

La pandemia del COVID-19 ha afectado terriblemente al mundo y su rápida propagación ha obligado a muchos países a tomar diversas medidas sanitarias que aminoren el número de casos de contagio, desde el confinamiento en hogares, cambios en la higiene personal, distanciamiento social, cierre de actividades económicas, entre otras más. (Montiel, 2020, p.4)

El grupo de investigación, pudo rescatar de la investigación de Montiel (2020), la importancia de tener en cuenta la promoción a través de redes y plataformas digitales en pandemia para la industria, en donde se tenga en cuenta la transición digital como elemento potencial optimizando la gestión de los flujos, un uso más eficiente de los recursos en su oferta, permitiendo conocer mejor las necesidades de los turistas y su tendencia.

La investigación de Félix, A y García, N. (2020) *Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador*, el objetivo de este documento fue dar a conocer en términos económicos cómo esta crisis sanitaria ha impactado a las empresas de Manta Ecuador y cómo se puede dar una reactivación en este sector, teniendo en cuenta que con el pasar de los años, el mundo se ha enfrentado a retos a los que se han tenido que adaptar, como lo evidencia Félix y García (2020) citando a Ledermann:

El nuevo milenio vino acompañado de cambios radicales y también de nuevos peligros para el desarrollo del ser humano. Las epidemias han acompañado a este a lo largo de su historia, provocando consecuencias socio políticas y una gran afectación a la salud mundial. (p.81)

En conclusión el mundo y el sector turístico se deben replantear nuevos procesos para poder estructurar comités en los cuales se realice un mejor planificación, y se pueda tener alternativas para enfrentar la crisis colaborando entre el sector público y privado, impulsando la actividad turística en destinos donde se encuentra poco evolucionada, con asesoramiento de la academia a partir de la realización de estudios como el anterior.

Rivas (2020) *Impacto del Covid 19 en los Guías de Turismo del Ecuador*, es de las investigaciones que tiene la mayor similitud a este trabajo, ya que su objetivo fue ver los efectos en los guías de turismo; dentro de las similitudes entre investigaciones es que se tomó la perspectiva de los guías de turismo para así obtener una visión más cercana de la situación.

A partir de un análisis de los antecedentes y encuestas en los guía de turismo en todo el territorio ecuatoriano, Rivas menciona que este prestador ha estado enfrentado a tres principales afectaciones en varios ámbitos: en el económico, relacionado con la disminución del flujo de turistas dando como resultado a que los guías de turismo se dediquen a otras actividades; en el ámbito administrativo se han fortalecido las organizaciones y estos se han identificado con las funciones y acciones de las instituciones públicas y privadas de turismo en Ecuador. Finalmente en el ámbito técnico la autora menciona “El sector de la guianza turística está en un escenario de continuos cambios permitiendo hablar de una reinención a través de estrategias para la prestación del servicio”. (p. 6)

A partir de lo reflejado en Ecuador y viendo desde la perspectiva de Colombia, los guías de turismo han estado fuertemente impactados y se han visto en la obligación de plantearse estrategias para la supervivencia y mantener su actividad. Rivas (2020) concluye que se debe continuar con la creación de estudios para evidenciar las condiciones sociales y resalta la importancia de crear estrategias que permitan:

El fortalecimiento de competencias, implementación de calidad en el servicio y la institucionalización de los guías de turismo con la finalidad de direccionar adecuadamente las acciones en pro del desarrollo del sector, lo cual ayudará a generar la participación y prestación de un servicio garantizando la satisfacción del turista. (p.6)

Sánchez P y Pineda L (2020) *Estudio Técnico de la Guianza turística en Bogotá*, En este documento presentado por Instituto Distrital de Turismo (IDT), realizado por medio de la aplicación de encuestas a guías de turismo certificados con el Registro Nacional de Turismo (RNT) al 31 de diciembre 2019, igualmente a estudiantes de guianza turística del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Esta investigación está enfocada a evidenciar las dificultades que presentan los guías de turismo, al momento de prestar sus servicios dentro de la cadena de valor del sector turístico, entre las que se encontraron la competencia de guías de turismo informales, la inseguridad, la falta de capacitación y la inestabilidad en las condiciones laborales a pesar de las dificultades mencionadas anteriormente.

La guianza turística como eslabón fundamental de la cadena de valor del turismo, ha cobrado fuerza en los últimos años ya que poco más del 50% de los guías encuestados se encuentran dentro del rango de 0 a 12 años de experiencia, lo que evidencia un aumento paralelo en la cantidad de guías de turismo y el crecimiento de los turistas que visitan la ciudad, es decir existe una relación directa entre la oferta y la demanda. (p.33)

Teniendo en cuenta lo anterior se concluye que se debe buscar trabajar de la mano con el gremio de los guías de turismo promoviendo la continuidad del sector, como lo ha hecho en los últimos años, solucionando todas las dificultades presentadas para que los guías de turismo puedan prestar su servicio con mayor eficacia y efectividad.

Cada decisión que algún país toma puede afectar a los demás, al igual que las decisiones a nivel nacional; por eso fue importante seleccionar documentos que plasmarán las estrategias a nivel internacional y las afectaciones que se tuvieron hacia los guías de turismo, ya que muchas de las acciones de países europeos fueron replicadas en Colombia. Fue fundamental la elección de estas

investigaciones para la realización del trabajo de grado, la mejora y creación de estrategias que se pudieran adaptar a las condiciones de Bogotá.

2.3 Marco teórico

El turismo se convirtió en uno de los sectores más importantes para la economía mundial; ha permitido generar beneficios económicos, sociales, políticos y ambientales para las comunidades que lo implementan, como la diversificación de las fuentes económicas y la conservación del patrimonio material, inmaterial y natural. “De igual manera ha permitido nuevos empleos que dan oportunidades de trabajo a jóvenes, mujeres o personas con difícil inserción en otras actividades laborales” (Huizar et al, 2016). El turismo es un fenómeno social multidisciplinario, en el cual los PST guías de turismo se pueden desenvolver con mayor facilidad a comparación con otros sectores, que llegan a ser más selectivos, siendo este más flexible a la hora de contratar mujeres madres cabezas de familia, estudiantes y adultos mayores, que pueden cumplir con sus labores personales y al mismo tiempo ejercer un trabajo.

El turismo, al convertirse en un dinamizador de la economía, hito de transformación social para los gobiernos y viéndose enfrentado a la covid-19 desde mediados de marzo del año 2020, reflejó que los más afectados en los ámbitos sociales y económicos son los prestadores de servicios turísticos, incluidos los guías de turismo los cuales hacen parte fundamental de la realización de la actividad turística, como la imagen que se lleva el turista del país o territorio a visitar. Como objeto de estudio es importante aclarar que los guías de turismo se pueden tomar como uno de los prestadores más afectados, ya que su actividad depende de la ejecución de operaciones de otros prestadores como son los hoteles, agencias de viaje y transportadores. Por esta razón, los gobiernos han implementado acciones para mitigar las afectaciones negativas dentro del sector, en las que se incluye el fortalecimiento del capital humano por medio de la capacitación y apoyos económicos. En el caso de Colombia, el Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT), implementó apoyos económicos para los guías de turismo bajo el decreto 557 del 15 de abril de 2020; el Instituto Distrital de Turismo realizó cursos virtuales gratuitos en temas relacionados con turismo y gestión empresarial y ayudas alimenticias donadas por el grupo Nutresa, Alkosto y Bancolombia

entregando 318 mercados a empleados del sector turístico, se entregaron 39 mercados y 74 combos de hamburguesa para los guías de turismo por parte del restaurante Sierra Nevada; a pesar de los apoyos suministrados, estos no llegaron a ser suficientes para cubrir a la población total de los guías turísticos encuestados y evidenciando vacíos en estas ayudas.

El planteamiento de los siguientes conceptos por el grupo de trabajo, son pilares claves para darle sentido a la investigación y orientan en la creación de las estrategias que se pretenden establecer en el trabajo.

Según lo anterior, la definición de los **prestadores de servicios**, nace en función de la actividad turística, y se dice que son cualquier persona natural o jurídica que ofrece un servicio intangible a otra persona natural o jurídica. Para el sector turístico los prestadores de servicios turísticos dependen de las temporadas altas (vacaciones de mitad de año, fin de año o festivos) y bajas para mantener su servicio por medio de acciones que a futuro le permitan continuar con su labor. Esta definición es construida por el grupo de trabajo, tomando como principal referencia la definición de la Real Academia Española (RAE), con el fin de adaptarla a las necesidades de la investigación.

Partiendo de lo anterior, es importante para las entidades gubernamentales colombianas identificar qué tipos de prestadores de servicio están legislados en la ley 300 de 1996, en el cual se encuentran definidos como prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo. (Ley 300 de 1996 p.17)

Este tipo de prestadores de servicio turístico cuenta con 13 clasificaciones dentro de las cuales se encuentran los guías de turismo en la Ley 1101 del 2006 en el Artículo 12, modificando la ley 300 de 1996 en el Artículo 62, quedará así: Prestadores de servicios turísticos que se deben registrar. Son prestadores de servicios turísticos los siguientes:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representaciones turísticas.

4. Los guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
9. Los establecimientos de gastronomía y bares turísticos.
10. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.
11. Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
12. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
13. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

PARÁGRAFO. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determinará los establecimientos de gastronomía y bares que tienen el carácter de prestador de servicio turístico en Colombia (Ley 1101 del 2006 en el Artículo 12, modificando la ley 300 en el Artículo 62 Se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones p.6)

Los guías de turismo son un eslabón importante en la actividad turística. Aunque en la normativa se puede observar que este tipo de prestador de servicio tiene la misma relevancia que los demás, pero no se le da la importancia que éste necesita y se puede evidenciar con la falta de estudios en torno a su actividad.

Los Guías de Turismo, desde su labor dentro de la cadena de valor turística, se encuentran definidos como “las personas naturales que prestan servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son orientarlo, conducirlo, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado” (Ley 300/1996 Art. 94 p.19).

Por otra parte, Mayorga (2011) dice que los guías profesionales de turismo suministran a los turistas informaciones diversas y actualizadas sobre aspectos pasados y presentes de los lugares visitados, incluidas las costumbres y características. (p.10) Este tipo de actividad suele convertir al guía en la imagen de bienvenida, por lo tanto, requiere que tenga los niveles adecuados de conocimiento además de los idiomas para poder transmitirlo. Identificar con exactitud el perfil de

un guía turístico posibilitó dentro de esta investigación ver la importancia que tiene dentro del turismo, observando las condiciones en la que se encontraban y el grado de vulnerabilidad que mostró a flote las reales condiciones como la falta de certificación, la gran dependencia a las temporalidades, y la no obtención de divisas dejadas por turistas internacionales que afectan las condiciones de vida, y que la emergencia causó que estas condiciones anteriormente mencionadas se agudizaran.

En el transcurso de la historia, el mundo ha vivido diferentes pandemias como la Peste negra, el Ébola y el Virus de inmunodeficiencia humana (VIH), las cuales han causado repercusiones en todos los aspectos en la humanidad; la más reciente, presentada durante el año 2020, ha sido **la covid 19**, una pandemia o emergencia sanitaria definida por la Organización mundial de la salud OMS (2020) como “la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente”. Tanto el virus como la enfermedad eran desconocidos hasta el momento en que estalló el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.

La covid 19 es una pandemia que afecta a todos los países del mundo y está definida por el *Instituto Nacional del Cáncer* es una enfermedad respiratoria muy contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2. Lo más probable es que este virus se transmita de una persona a otra en las partículas que se dispersan cuando la persona infectada tose, estornuda o habla. Es posible que también se transmita por tocar una superficie con el virus y luego llevarse las manos a la boca, la nariz o los ojos, según *la American Thoracic Society*. (2020), la Covid-19 siendo la nueva versión del Coronavirus, ya que es una nueva cepa de la familia del Coronavirus, la cual se debe al nuevo virus SARS-CoV2 que causa una infección aguda con síntomas respiratorios.

Este “nuevo virus” es diferente de los que causan el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) o el MERS (Síndrome Respiratorio del Medio Oriente). También es diferente del Coronavirus que causa la infección estacional en los Estados Unidos. Para abril del año 2020 existían más de dos millones de casos confirmados en el mundo, siendo declarada una pandemia. La covid 19 fue el motivo por el cual el sector turístico detuvo su actividad en todo el mundo. Reconocer este concepto ayudó a comprender más a fondo la principal razón de la parálisis mundial y la causante de las condiciones en las que están los guías de turismo, los cuales a raíz de esta emergencia sanitaria se encontraron vulnerables obteniendo diferentes **impactos y afectaciones** que están interrelacionadas con los ámbitos sociales, económicos y ambientales y muy a menudo se usan como sinónimos. En turismo las principales pérdidas de ingresos

económicos, afectan lo social, no solo impacta a los prestadores de servicios turísticos sino a personas o empresas que tienen trabajos gracias a la realización de la actividad turística (trabajos indirectos). Para Bello (2009) menciona que las características de un impacto debe “estar compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas”. (p.12)

Para Arévalo (2007) un impacto social es una afectación a una comunidad por la realización de un proyecto o acción dentro del ambiente en el que habitan. En cuanto al impacto ambiental, es cuando se realiza una acción y esta produce una alteración, ya sea favorable o desfavorable en el medio. Para FONTUR (2019) el impacto está definido como el cambio alcanzado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos en los proyectos, crisis sanitarias o cualquier acción o suceso que modifique de manera agresiva la cotidianidad y vida de una sociedad. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad última del ciclo del proyecto que se esté realizando, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos en su operación.

El virus de la covid 19 no solo afectó a Wuhan en China sino a nivel mundial convirtiéndose en una pandemia, por lo que es importante mencionar los conceptos de **globalización** y **glocalización**. **La globalización** es una fusión de procesos transnacionales y estructuras domésticas que permiten que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país penetren en otro. “La globalización es inducida por el mercado, no es un proceso guiado por la política”. (Mittelman 1997). Este concepto se complementa con la definición de “La globalización al igual que otros procesos integrales, ha tenido un desarrollo diferenciado de acuerdo con el área de influencia y la posición económica, política y social del país”. (Flores 2016 p.28) El turismo internacional ha ganado terreno gracias a la globalización. La apertura de nuevos destinos turísticos ha dado paso a una creciente comercialización a nivel global.

Por su parte, la **Glocalización** se basa en relacionar lo global con lo local, como escenarios en los que ocurren múltiples interconexiones, y permite comprender cómo la globalización se localiza. Es así como la glocalización “captura lo dinámico, contingente y la dialéctica bidireccional entre los dos ámbitos del nuevo concepto”. (Salazar 2005, p .137) y en el mismo texto dice que “La noción de glocalización permite comprender las múltiples interconexiones entre lo global y lo local”. (p.137) En donde también “gran parte de las dificultades en la interpretación

de la glocalización tienen que ver con la falsa oposición entre globalización y localización. (Nuryanti,1996 p.138 Citado por Salazar 2005), como ejemplo se realizan los estudios sobre turismo cultural, los cuales se caracterizan por una serie de contradicciones tradicionales que se dan entre lo estable y lo continuo, que está denominado como lo local y el turismo que supone o implica los cambios desde la fuerza de lo global.

El sector turístico, al igual que algunos otros sectores que prestan servicios, con la responsabilidad de asegurar, mantener y proteger la integridad de sus clientes y trabajadores; por esta razón, es importante tener claro el concepto de **Seguridad Turística**, este concepto es un referente importante en el proceso de investigación y se toma la definición por FONTUR (2020) “seguridad turística comprende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras” (Manual de Presentación de Proyectos – FONTUR p.1).

Para Henryk, F. et al (2010) en el informe *Municipio turismo y seguridad*. Instituto de Turismo desde Seguridad Turística tiene la consigna de que “todo sistema de seguridad turística debe verse de una forma integral, cubriendo no solo la seguridad física y patrimonial del turista, sino que además debe incorporar la seguridad sanitaria, medidas contra la mitigación de riesgos ante desastres naturales”. (p.51)

Hernández, (2015) “es necesario tratar sobre seguridad turística y diseñar un modelo de gestión en esta área, puesto que para que algún destino sea considerado de calidad deben garantizar seguridad” (p.72). Este concepto permitió conocer y saber los alcances del término de seguridad turística, lo que ayudó a dar claridad al tercer objetivo específico, el cual fue definir los mecanismos de prevención para mitigar los riesgos para los guías de turismo en un futuro escenario de pandemia. La creación de **Estrategias para la planificación y reactivación**, es uno de los elementos más importantes para prevenir las afectaciones en los prestadores de servicios turísticos, en especial a los guías de turismo.

Para Quezada (2020). En la *caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales*, las estrategias en el ámbito de reactivación y planificación recopila las acciones turística a nivel mundial de manera breve, evidenciando los resultados con altos indicadores de llegada de turistas y visitantes; al igual llegar a una comparativa de estas decisiones mundiales y cuales México ha realizado a fin de poner en marcha nuevamente la actividad turística.

Félix y García (2020) en el *Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por la crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador)* ven como una posibilidad la identificación de estrategias de reactivación para enfrentar la crisis sanitaria, en correspondencia con las necesidades particulares de cada tipo de establecimiento y lo complementa Simancas et al (2020) en el *Turismo Pos-covid 19: Reflexiones, retos y oportunidades*, el plan de reactivación del sector turístico es amplio, con medidas que abordan las dimensiones de liquidez, empleo y reactivación. La comunidad de Manta Ecuador es consciente del peso que tiene este sector en el territorio y de la necesidad de destinar recursos para su recuperación.

La estrategia, según Contreras (2013), “se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima” (p.153). Estas pueden estar dirigidas a los negocios, la política y la cultura adaptándose al entorno con el propósito de mantenerse a futuro. También se utiliza la definición de Davies (2000) “la estrategia se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales” (p.344). Como lo dice el autor, las estrategias son cadenas en las que diferentes personas expresan sus ideas sin tener en cuenta las otras estrategias propuestas por los demás. Tal es el caso de Pretorius y Maritz (2011), cuando afirman que hay dos puntos de vista aparentemente opuestos en la elaboración de estrategias y que se cristalizan en la literatura como algo continuo; es decir, en un extremo, un enfoque del proceso más formal para la elaboración de estrategias, y en el otro, un enfoque en el que la estrategia es el resultado de un proceso de adaptación y evolución a medida que las circunstancias lo justifican, en ciertos patrones en la organización lo hacen ver más claro o lo permiten. El plasmar decisiones posteriores para la planificación del sector de turismo, las cuales son un aporte para la continua mejora del sector en Colombia y para el gremio de guías, ya que este es el objeto de estudio de esta investigación.

3. Metodología

3.1. Tipo de investigación.

Esta es una investigación de tipo descriptiva transversal mixta, en la cual se realiza una revisión documental de la cadena de valor del sector turístico, la aplicación de una encuesta a 72 guías de turismo formales e informales de la ciudad de Bogotá y 3 relatos de vida laboral para posteriormente triangular la información, realizando un cruce de los resultados obtenidos de las tres fuentes anteriormente mencionadas para así corroborar la principal similitud en las afectaciones de los guías de turismo.

3.2. Definición de variables e indicadores

La variable principal que se trabajó fue, afectaciones sociales y económicas en algunos guías de turismo de Bogotá certificados por el Instituto Distrital de Turismo (IDT) y no certificados. Para la obtención de las variables de ingresos y acciones preventivas se realizó una revisión documental y el análisis de los resultados de las encuestas realizadas a la población investigada.

3.3. Población y muestra

La presente investigación se realizó con una población de interés quienes fueron guías de turismo certificados de la ciudad de Bogotá que reporta el IDT, identificados a través del directorio de guías publicado el día 19 de diciembre del año 2019, y que se encontraban en estado activo en la plataforma de la institución. Por otra parte, también se tuvieron en cuenta los guías de turismo que realizan esta actividad de manera informal.

Para la aplicación de las encuestas a guías de turismo de la ciudad de Bogotá, se realizó cálculo del tamaño óptimo de muestra, realizando un muestreo no probabilístico por conveniencia mediante la fórmula para Población Finita con respecto a la proporción, así:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la Población

Z = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal, a partir del nivel de confianza. Para el estudio se calculó: $Z = 1,96$ (con un nivel de confianza del 95%)

E = Error máximo permitido para el estudio. Para el estudio se fijó un error del 9%

P = Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia. Para el estudio se fijó $P = 0,5$

Q = Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio ($1 - P$). Para el estudio $Q = 0,5$

Reemplazando los valores fijados y calculados en la fórmula, se obtiene

$$n = \frac{271 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,09^2 * (271 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{260,26}{2,1 + 0,9} = \frac{260,26}{3,00} = 86,75 = 87 \text{ Encuestas}$$

En la aplicación de la encuesta participaron un total de 72 guías de turismo de la ciudad de Bogotá, de los cuales 59 se encontraban en el grupo de guías certificados y 13 que no se encontraban certificados; para la realización de los relatos de vida laboral, se contó con la participación de tres guías de turismo y se hizo revisión de dos documentos publicados por la entidad conocida como El Instituto Distrital de Turismo, los cuales fueron *informe, afectación y repercusiones en el sector turismo por el Covid 19*, realizado por Sánchez (2020).y *Comparación de prestadores de servicios turísticos (2019-2020)* realizado por Hernández, R et al (2020) ;estos documentos se incluyeron a la investigación ya que tienen en cuenta el gremio de los guías de turismo.

3.4. Enfoque del trabajo: modelo de métodos aplicados.

Para la realización de esta investigación se utilizó un método mixto que combina la investigación cualitativa y cuantitativa, que permitió obtener la información tanto de manera subjetiva como objetiva. De igual manera, justifica las tendencias y las variaciones de diferentes perspectivas. Para realizar un análisis de manera eficaz, se utilizó la técnica de triangulación metodológica de distintos tipos de información ante la misma pregunta de investigación, para contrastar los puntos de vista de los involucrados (guías de turismo y entes gubernamentales)

3.5. Técnicas de análisis de datos.

Para la investigación se aplicaron técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas: la técnica cuantitativa aborda la creación de una encuesta aplicada a los guías no certificados y certificados; la técnica cualitativa se da mediante la recolección de relatos de vida y la revisión de documentos creados por parte del Instituto Distrital de Turismo. Se realizan las matrices de triangulación que analizan los resultados obtenidos.

3.6. Limitaciones

Para la realización de este trabajo se presentaron varios limitantes en la recolección de la información. La principal se debió precisamente a la contingencia sanitaria, sin importar que fue el objeto de estudio. No se pudo llevar a cabo la realización del trabajo de campo y se implementaron encuestas, ya que muchos de los participantes no podían ajustarse a los tiempos con el equipo de trabajo, para realizar una entrevista por plataformas colaborativas, dando paso a que se eligiera pasar de una entrevista semiestructurada a una encuesta y que se estableciera en la herramienta de Google forms.

Al inicio de la investigación se habían elegido dos tipos de los prestadores de servicios turísticos que más afectaciones habían recibido por la Covid-19, los cuales eran establecimientos de alojamiento y guías de turismo de la ciudad de Bogotá, pero debido a la poca participación de los establecimientos de alojamiento, se decidió delimitar la investigación a los guías de turismo. Para la aplicación de las encuestas y la creación de la población y muestra se consultó la base de datos del IDT del año 2019. Además, se pudo observar algunos inconvenientes como la desactualización de números, correos de los contactos; dando paso a que el grupo de investigación contactará a los guías mediante otras instituciones o por medio de los mismos guías que ya habían participado en el formulario.

4. Resultados

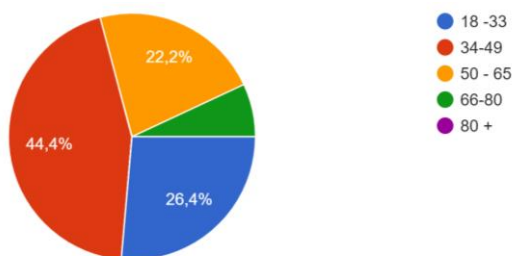
El primer instrumento que mostró los resultados fue la aplicación de la encuesta a guías de turismo certificados y no certificados de la ciudad de Bogotá. El segundo instrumento son las matrices de triangulación para la comparación entre las respuestas de encuestas, historias de vida laboral e informes de la institución pública IDT, como la única en su momento en sacar documentos especializados frente a los prestadores de turismo en la ciudad de Bogotá. Con el análisis de las siguientes figuras obtenidas de los instrumentos de recolección de información, se dio cumplimiento a los dos primeros objetivos específicos planteados en la investigación 1. Delimitar los guías de turismo afectados por la covid-19 en Bogotá que harán parte del estudio, y 2. Establecer las afectaciones sociales y económicas en los guías de turismo de Bogotá a raíz de la pandemia.

4.1 Delimitación de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá

Para la clasificación de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá, se solicitaron datos que permitieron identificar y caracterizar al grupo consultado, y que están representados en las figuras 1 y 2 donde aparece: Edad y nivel educativo.

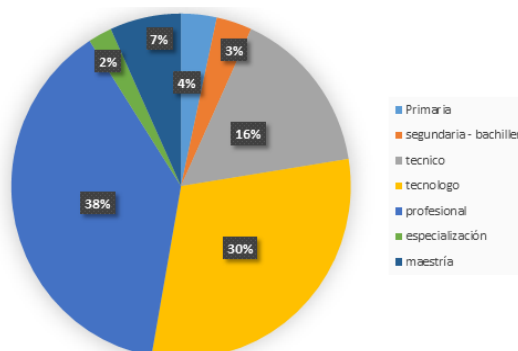
Figura 1.

Rango de edad



Fuente propia (2020)

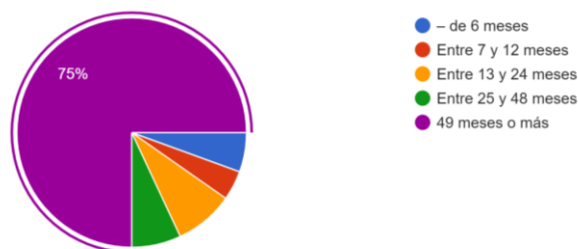
La figura 1 muestra las cifras en edades de los guías de turismo de Bogotá, el mayor porcentaje equivale el 44,4% 32 guías con un rango de edad de 34 a 49 años.

Figura 2.*Niveles educativos*

Fuente propia (2020)

Se estableció el nivel educativo de cada uno de los guías de turismo encuestados, presenta una variedad de estudios; desde la primaria hasta la maestría, evidenciando que un porcentaje de el 38% equivale a 28 guías que son profesionales mostrando el vacío existente en profesionalidad de la labor de guianza.

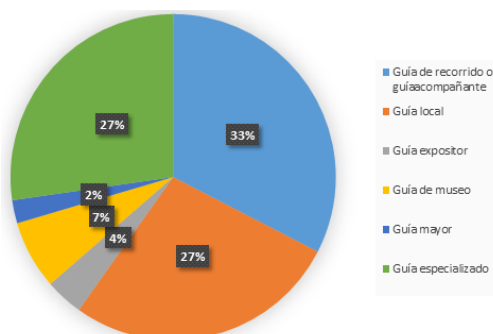
Esta información se utilizó para conocer más a fondo la población de estudio, evidenciando que el grupo etario dominante en este gremio turístico es el de los adultos basándose en las respuestas obtenidas de la encuesta. Es válido mencionar que esta población se encontró clasificada en dos niveles de escolaridad importantes: el tecnólogo, validado por la institución educativa Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), donde pueden no solamente acreditarse como guías de turismo y especializarse en alguna tipología ; el profesional, que obtiene el título en una universidad ya sea pública o privada . Vale la pena mencionar que un guía de turismo, ya sea que su nivel educativo sea tecnólogo o profesional, puede tener acceso a la tarjeta profesional otorgada de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Figura 3.*Tiempo de antigüedad como guía turístico*

Fuente propia (2020)

En la figura 3 se estableció un rango de antigüedad en el sector turístico. El primer grupo y con mayor puntuación de la población encuestada estuvo desde 49 meses a 4 años o más, con un 75% equivalente a 51 guías.

Se puede decir que en el sector se encuentran personas con mayor tiempo trabajando como guías de turismo y se interpreta como un buen trabajo, calidad de vida e ingresos económicos. Esto ayuda a que el sector turístico colombiano pueda tener una alta competitividad de sus guías en comparación con los de nivel internacional, Castro y Sandoval (2013) concuerdan que estos se han mantenido un tiempo considerable, permitiendo obtener una mayor experiencia y conocimiento del manejo de los destinos y grupos de turistas, brindando una buena experiencia y potencializando los destinos del territorio colombiano.

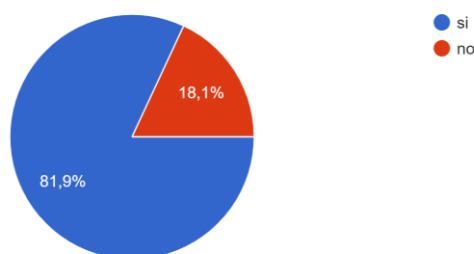
Figura 4.*Tipología de guías de turismo*

Fuente propia (2020)

En la figura 4, se identificaron las tipologías de guías de turismo de la ciudad de Bogotá y se puede observar que el mayor porcentaje de guías con un 33%, equivalente a 24 que fueron guías de recorrido o acompañantes, adaptándose a la variedad de recorridos, ya sea por atracciones turísticas de índole cultural, histórica, arqueológica o medioambientales que ofrece el clúster de la ciudad de Bogotá.

Figura 5.

Guías certificados



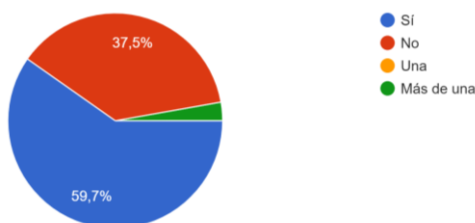
Fuente propia (2020)

En la figura 5 se contempla que el 81,9 % que equivale a 59 guías de turismo que cuentan con una certificación.

En esta figura se puede observar que dentro del sector hay un alto porcentaje de guías de turismo certificados; aun así, existe un pequeño grupo que presta sus actividades de manera informal. Esto en un futuro puede afectar económicamente, ya que al momento de que se presente otra crisis o emergencia sanitaria como la de la covid 19, no podrán obtener ninguna ayuda o apoyo que realicen las entidades gubernamentales, por lo que se puede ver como una población más vulnerable, a comparación de los que sí están certificados y pudieron obtener las ayudas que presentaron los entes gubernamentales durante el año 2020.

Figura 6.

Capacitaciones durante la pandemia



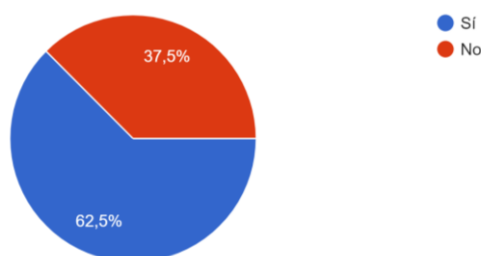
Fuente propia (2020)

En la figura 6 se puede ver que el 59,7% equivalente a 43 guías de turismo que se capacitaron en tiempo de emergencia sanitaria.

Teniendo en cuenta la gráfica, se evidencia que durante la pandemia un alto porcentaje de guías de turismo, asistieron a capacitaciones brindadas por las entidades gubernamentales para fortalecer sus conocimientos. La oferta educativa se centró en legislación turística, bici turismo, turismo sostenible, gastronomía e idiomas. Se puede distinguir que los guías vieron el cese de actividades como una oportunidad de mejorar sus capacidades, para la prestación de sus servicios en el momento que se retomará su labor en el sector turístico.

Figura 7.

Actividades laborales diferentes a guianza turística durante la pandemia



Fuente propia (2020)

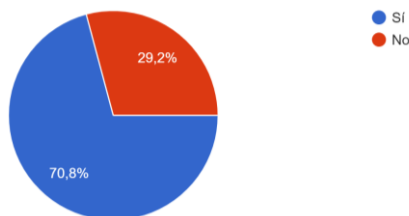
En la figura 7 se observa si los guías de turismo se dedicaron a otras actividades diferentes a la guianza turística durante la pandemia, en la cual el 62,5% que equivale a 45 guías, desarrollaron una actividad diferente como la creación de emprendimiento, profesores de idiomas, guianza de manera virtual, mediadores del Instituto Distrital de Recreación y Deporte IDRDR.

Los guías de turismo, al tener que parar sus actividades de prestación de servicios, como los otros sectores económicos en el mundo, tuvieron que recurrir a realizar actividades diferentes a su labor de guianza, ya que no siempre estos se encuentran vinculados a una empresa, sino que son guías independientes. La no llegada de turistas nacionales ni internacionales a causa de la pandemia Covid 19 y de las medidas o restricciones impuestas por el gobierno nacional, no tenían un ingreso estable. Por esta razón tuvieron que buscar diferentes alternativas entre las que se encuentran ser mediadores del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC), e Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) en donde su labor principal es divulgar el significado, la historia y la simbología de los objetos o el patrimonio en general; la creación de

emprendimientos como la venta de tapabocas, actividades relacionadas con el turismo como la guianza virtual.

Figura 8.

Ayudas durante la pandemia

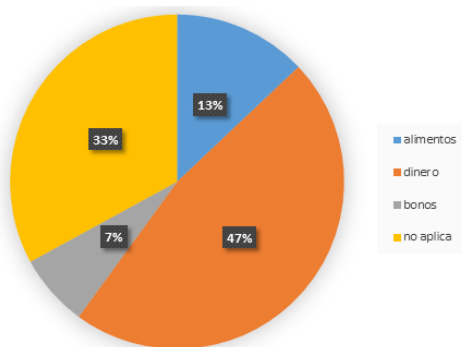


Fuente propia (2020)

En la figura 8 se visualizan las ayudas que los guías de turismo recibieron durante la pandemia. Se evidencia que el 70,8% equivale a 51 guías que recibieron apoyos.

Figura 8.1

Qué tipo de ayudas recibió

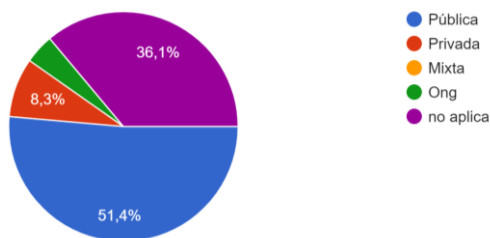


Fuente propia (2020)

En la figura 8.1 se observa qué tipo de ayudas recibieron los guías de turismo, El porcentaje mayor de 47 % se refiere a ayudas de tipo económico.

Figura 9.

Entidad de la que recibió ayudas

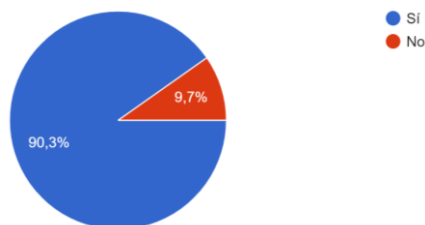


Fuente propia (2020)

La figura 9 representa si los guías de turismo recibieron ayudas por medio de las entidades gubernamentales, en la cual el 51,4 % equivale a 37 guías que recibieron ayudas de entidades públicas.

Observando la figura 5 y relacionándola con la figura 8, se puede decir que algunos de los guías certificados no recibieron ayudas por parte del gobierno; esta población se encuentra más vulnerable frente a la emergencia sanitaria al estar expuesta por no ser parte de estas ayudas. Los bonos del MINCIT sopesaron durante 3 meses las afectaciones hacia los guías de turismo, estos alivios no pueden verse como solución, ya que no solo el guía debía responder por unas necesidades básicas (alimento, servicios, arriendo) en su hogar, sino que debió cumplir con otras que también eran importantes como la pensión y salud, pero los guías preferían omitirlas por la falta de ingresos y poca flexibilidad en los pagos.

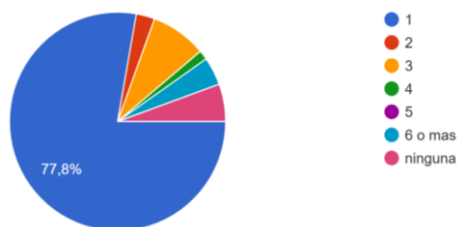
Desde la figura 9 y teniendo en cuenta la ayuda presentada por el MINCIT a este gremio con una cantidad de \$585.000 pesos mensuales, durante 3 meses lo que equivale a \$1.755.000 (COP) no es suficiente para cubrir los gastos ya que la canasta básica alimentaria mensual según el DANE equivale a un \$1.400.000 (COP), y según el DECRETO 1785 del 29 de diciembre del 2020, un salario mínimo mensual legal vigente (smmlv) es de \$908.526 pesos colombianos (COP), ya que es lo mínimo que debe recibir un trabajador al mes y en comparación a la canasta básica no alcanza para lo que necesita una familia. Por lo anterior y viendo que muchos de los guías no han podido volver a sus actividades laborales (se ampliará esta información con la figura 12); las ayudas se han hecho una vez durante la emergencia, se recalca que siguen siendo uno de los prestadores más vulnerables y la atención que necesita para la guianza turística y el personal capacitado.

Figura 10.*Abstención de compras*

Fuente propia (2020)

En la figura 10 se analiza si los guías de turismo tuvieron que abstenerse de compras en el momento del confinamiento al no estar trabajando; un 90,3% equivaliendo a 65 guías afirman abstenerse de realizar compras o actividades por la disminución de ingresos.

A partir del análisis que se hizo con la figura 8 y el resultado en la figura 10, es evidente que los guías de turismo se abstuvieron de hacer compras fuera de sus necesidades básicas, ya que al suspender sus labores y tener que dedicarse a otras actividades fuera de su profesión, para mantenerse durante los confinamientos propuestos por el gobierno, los ingresos se redujeron considerablemente al punto de no realizar sus actividades de ocio.

Figura 11.*Familias que dependen del trabajo del guía*

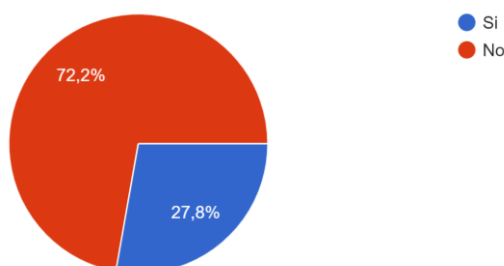
Fuente propia (2020)

En la figura 11 se pudo evidenciar que de los ingresos económicos que recibe un guía de turismo por la prestación de sus servicios, depende al menos una familia conformada entre 2 y 6 personas con un porcentaje 77,8% equivalente a 56 guías.

En cuanto a los resultados de la figura 11 y la disminución de los ingresos económicos de los guías, se puede asociar que la calidad de vida de sus familiares se verá impactada, actual y a futuro, dejándolos en una condición riesgosa en alimentación, salud o vivienda a causa de una de las medidas de control de contagios que fueron tomadas por el gobierno como es el confinamiento. Esta vulnerabilidad en la que se encontró el guía y su núcleo familiar, al dedicarse a otras actividades en las cuales no se sabía el grado de exposición que tenían frente al virus. De igual forma, al verse en la decisión de suspender el pago de la salud aumenta el riesgo, siendo esto comentado al grupo de trabajo por los mismos guías encuestados y entrevistados.

Figura 12.

Retomar actividades como guía



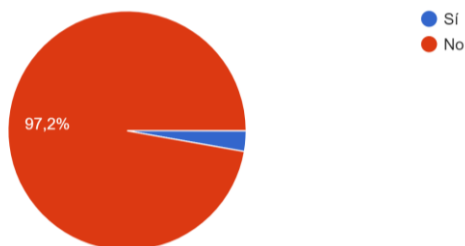
Fuente Propia (2020)

En la figura 12 se visualiza si los guías retomaron sus actividades como guías de turismo, el 27,8% equivalente a 19 guías retomaron sus actividades.

Un alto porcentaje de guías de turismo no logró retomar sus actividades de guianza ya que en el transcurso del año 2021 se produjo desniveles en los contagios por la covid 19, provocando que el gobierno nacional tomará medidas restrictivas para poder contener el virus. Dentro de las medidas está el cierre de destinos turísticos y grupos pequeños de visitantes para no exceder el número de personas del aforo permitido. En consecuencia, para los guías de turismo no es viable retomar su labor de guianza, ya que, por las condiciones de la emergencia sanitaria y la cantidad de turistas, se disminuyen las posibilidades de realizar la actividad turística. De igual forma, las cuarentenas y toques de queda establecidos por el gobierno dificultan realizar con “normalidad” sus servicios.

Figura 13.

Actualmente recibe ayudas por entidades públicas o privadas

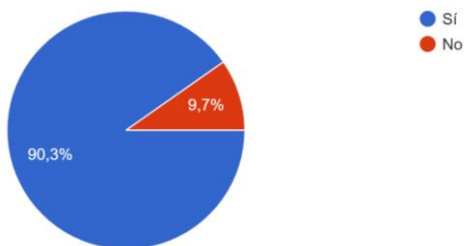


Fuente propia (2020)

En la figura 13 se representan las ayudas que en el año 2021 los guías seguían recibiendo por parte de entidades públicas o privadas, en donde el 97,2% equivalente a 70 guías de turismo dicen que no están recibiendo más ayudas.

Figura 13.1

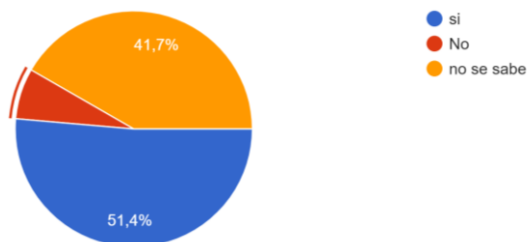
Le gustaría recibir ayudas en la actualidad año 2021



Fuente propia (2020)

En la figura 13.1 con el porcentaje de 90,3 % que fueron 65 personas que afirmaron que les gustaría recibir ayudas porque sus actividades laborales aún no se habían retomado.

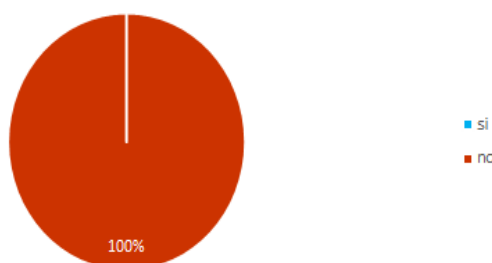
En cuanto los resultados de la figura 13 y 13,1 y en relación con el tiempo en la que los guías de turismo tuvieron las ayudas por parte de los entes gubernamentales, se vio reflejado en la figura 13,1 que el 90,3% de los encuestados esperan recibir nuevamente apoyos que pudieran mejorar sus condiciones. Esto se puede asociar a que, primero, la pandemia ha durado más de lo que las ayudas aportaron a los guías y segundo, a que esos alivios no cubrieran las obligaciones que tenían los guías.

Figura 14.*Proyección para seguir trabajando como guía*

Fuente propia (2020)

En la figura 14 se observó que luego de un lapso de tiempo entre el 2020 al 2021, con las pausas de las actividades laborales, empezó a generarse una duda en cuanto a retomar el trabajo como guía de turismo, teniendo como resultado que el 51,4% equivalente a 37 guías de los encuestados, ya que no se tenía claridad de cómo sería la reactivación en el turismo.

Se pudo visualizar que un alto porcentaje de guías de turismo piensan retomar sus labores de guianza para restablecer sus ingresos económicos y así mejorar su calidad de vida actual. Por otra parte, el porcentaje de guías de turismo que no ven viable retomar sus actividades es menor, aunque significativo. Esto se puede dar por la incertidumbre que tiene la actividad turística y el comportamiento de la pandemia en Colombia, temiendo volver a quedar vulnerables y sin ingresos de manera repentina como se dio en el año 2020.

Figura 15.*Estrategias institucionales*

Fuente propia (2020)

En la figura 15 se observa la falta de estrategias institucionales para los guías de turismo en la ciudad de Bogotá. En los resultados de esta gráfica se puede asociar que los medios de comunicación y divulgación utilizados por los entes gubernamentales, para hacer saber a los guías de turismo sobre las estrategias, apoyos y ayudas dirigidas a estos guías, no fueron efectivos ya

que la población encuestada expresó no conocer ni tener claras estas medidas propuestas por las entidades causando confusión en la información. El grupo de trabajo piensa que los entes gubernamentales aplicaron acciones rápidas y no estrategias, ya que estas son un proceso complejo en el que intervienen varias opiniones y con múltiples caminos y resultados.

4.2. Impactos sociales y económicos

Al comparar y analizar con mayor efectividad los datos recolectados durante esta investigación, se acudió a dos matrices de triangulación, las cuales contienen tres puntos de vista fundamentales en este proceso, que fueron los resultados de los datos obtenidos en las encuestas realizadas, tres historias de vida laboral y dos documentos publicados por la entidad pública el IDT. La matriz de triangulación compara los impactos sociales y económicos similares para entender la magnitud de estas afectaciones a los guías de turismo de Bogotá durante la pandemia Covid-19.

Tabla 1.

Matriz triangulación Impactos sociales

	Relatos o Nombres de documentos	Impactos positivos	Impactos negativos	Reconocimiento de estrategias
Encuesta semiestructurada a los guías de turismo de la ciudad de Bogotá	Guías de turismo de la ciudad de Bogotá formales e informales	-Mejora de las capacidades por medio de cursos virtuales -Alivio en obligaciones básicas de apoyo de los entes gubernamentales para 51 algunos guías de turismo de los encuestados	-Cierre de oferta laboral en la guianza turística -Abstenerse de realizar actividades de recreación y ocio. -El alivio de las obligaciones básicas fue por un lapso corto	La población encuestada no conoce ninguna estrategia institucional para los guías de turismo en Bogotá.
Relatos de vida de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá	Relato 1	-La Red Nacional de Turismo Comunitario, generó ayudas en el campo desde actividades económicas con las huertas urbanas y alrededor de los mercados campesinos -Se activaron los procesos virtuales en cuanto a la visualización de los productos como recorridos guiados virtuales, las rutas y los aspectos culturales que se	No aplica	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación.

		tienen en la ciudad como en el campo		
	Relato 2	-Accedió a cursos realizados por entes gubernamentales.	-Dejaron de realizar su labor profesional -Contagio de la covid 19 por dedicación a otras actividades.	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación.
	Relato 3	-Recibió Auxilio del MINCIT, para solventar obligaciones básicas por un tiempo de 3 meses con un valor de 300.000 pesos colombianos.	No aplica	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación.
Revisión documental	Informe sobre afectaciones y repercusiones en el sector turismo por la Covid- 19 diciembre 2020 publicado por el instituto Distrital de Turismo (IDT)	No aplica	No aplica	*Generar acciones para incrementar la demanda turística de Bogotá: -Generar certificados de cumplimiento de protocolos de bioseguridad. -Exigir pruebas negativas de covid 19 para abordar los medios de transporte aéreo y/o intermunicipal *Comunicación con el turista :tener información acerca todas las acciones que Bogotá como destino turístico está haciendo para atraer turistas *información actualizada del sector de manera que se puedan tomar decisiones informadas como lo es el estudio de Caracterización de PST y interacción de otros informes de entidades turísticas como Anato
	comparación de prestadores de servicios turísticos 2019 vs 2020	aumento de guías de turismo registrados a comparación del año 2019 de 270 en el año 2019 y 301 en el año 2020 con un crecimiento del 5%	No aplica	El documento no presenta estrategias para la reactivación

Fuente propia (2020)

Tabla 2.

Matriz de triangulación Impactos económicos

	Relatos o Nombres de documentos	Impactos positivos	Impactos negativos	Reconocimiento de estrategias
Entrevista semiestructurada a los guías de turismo de la ciudad de Bogotá	Guías de turismo de la ciudad de Bogotá formales e informales.	-Alivio económico por parte de los entes gubernamentales.	-Necesidad de encontrar una fuente de ingresos alternativa. -Abstenerse de realizar gastos fuera de sus necesidades básicas. -Ayudas económicas insuficientes	La población encuestada no conoce ninguna estrategia institucional para los guías de turismo en Bogotá.

			-El no retorno de sus actividades laborales.	
Relatos de vida de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá	Relato 1		-Dedicación a otras actividades fuera del turismo. - Afectaciones en la vida local y la economía personal. -Dejaron de realizar los recorridos que se hacían a diario y disminuyó su participación en la red nacional de turismo comunitario.	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación.
	Relato 2	-Subsidios económicos del gobierno.	-No pudo acceder a los auxilios dados en Bogotá y por esto recibe ayudas de sus conocidos. -A falta de ingresos, los compañeros del guía y el guía entrevistado no logran pagar el servicio de salud. - No obtuvo acceso a exámenes y medicamentos. -El guía entrevistado optó por realizar actividades alternas al turismo desde el hogar para sostenerse. -Disminución de ingresos económicos.	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación.
	Relato 3	-Auxilio del MINCIT por tres meses	- Pérdida de empleo -Los compañeros del guía disminuyen los recorridos o no han podido retomar sus actividades, ya que su principal demanda es proveniente de turistas extranjeros. -Cambio de actividad laboral para obtener ingresos.	El guía no reconoce estrategias presentadas por el gobierno para su reactivación
Revisión documental	Informe, afectaciones y repercusiones en el sector turismo por la Covid- 19 diciembre 2020		-Cese de actividades del 100% por parte de los guías de turismo.	*Generar acciones para incrementar la demanda turística de Bogotá: -Descuentos y/o cupones a los turistas para actividades en Bogotá. *Comunicación con el turista- Promoción turística: -Generar una campaña de promoción nacional que invite a turistas a visitar Bogotá dado que es un destino seguro
	comparación de prestadores de servicios turísticos 2019 vs 2020	No aplica	No aplica	El documento no presenta estrategias para la reactivación

Fuente propia (2020)

En cuanto a las matrices de triangulación se puede observar que los impactos negativos se centraron en los económicos, del cual derivan los impactos sociales negativos, reafirmando que

son uno de los PST más vulnerables en el sector turístico, ya que en algunos casos son trabajadores independientes que no los respalda ninguna empresa o entidad. Además, los medios de comunicación y divulgación utilizados por los entes gubernamentales no fueron efectivos, ya que el total de participantes que diligenciaron la encuesta expresan no conocer o tener claridad de las estrategias implementadas por estos entes.

Dentro de la búsqueda de recolección de información de documentos realizados por entidades gubernamentales, el grupo de investigación observa que hacen falta más informes que a partir de la información recolectada muestran los impactos que pudiesen tener de los guías de turismo del antes de la pandemia y durante esta.

4.3 Estrategias

En la investigación realizada se observó que ningún sector estaba preparado para enfrentar la covid 19, y no se contaba con ninguna estrategia la cual pudiese mitigar las afectaciones en la economía y el sector turismo, tampoco en el gremio de guías de turismo. Es por esta razón que el grupo de trabajo propone los siguientes planes estratégicos llamados “Acción Preventiva” orientado al sector turístico en general y “Plan estratégico para guías de turismo: Formación y apoyo” para el gremio de los guías de turismo en particular.

Tabla 3

Tabla de Estrategias

Plan estratégico	Estrategias	Indicadores
Plan estratégico: Acción preventiva	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de emergencia - Formación del sector para emergencias 	<ul style="list-style-type: none"> -% de PST beneficiados - % de PST capacitados

Plan estratégico para guías de turismo: Formación y apoyo	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios sobre guías de turismo - Plan certíficate - Intervención de recorridos turísticos - Creación e impulso de productos turísticos - Reserva económica 	<ul style="list-style-type: none"> - # de versiones realizadas anualmente - # de guías de turismo certificados anualmente - # de guías de turismo vinculados - # de productos turísticos para ciudad de bogotá - % de aportes económicos destinados por los guías de turismo
--	---	---

Nota: Se observan los planes estratégicos y líneas estratégicas. Fuente propia (2020)

4.3.1 Plan estratégico para el sector turístico: Acción preventiva

Una de las problemáticas que impactó al sector turístico y los guías de turismo fue la falta de tiempo para planificación a futuro. Por eso se plasma “Acción preventiva” que aborda acciones de prevención que eviten afectaciones en los ámbitos económicos y sociales, como se vio enfrentado el sector con la pandemia Covid 19. Para esta problemática se propone:

Propósito

Mejorar la planificación del sector turístico para eventualidades críticas.

Objetivos de la estrategia

1. Crear un plan que prepare al sector para eventualidades críticas.
2. Designar un fondo para eventualidades críticas desde el presupuesto otorgado al turismo.
3. Mejorar las condiciones laborales de los PST.

4.3.1.1 Líneas Estratégicas

- Plan de emergencia
- Formación del sector para emergencias

4.3.1.1.1 Plan de emergencia:

En el momento en que la emergencia sanitaria Covid 19 se presentó en el mundo, ningún sector económico se encontraba preparado y mucho menos sabía cómo manejar una situación de esas. Esta línea estratégica propone crear un plan paso a paso para reaccionar a situaciones similares, de la forma que cualquiera de los gremios del sector turístico, pueda dar soluciones para los diferentes escenarios que se presenten en una nueva crisis. El turismo uno de los sectores con más relaciones interdisciplinarias, necesita de otros sectores para la solución de sus problemas y al mismo tiempo alcanza a ser afectado por estos mismos; esta interconexión a otros sectores se puede ejemplificar con la emergencia sanitaria, que es una problemática proveniente del sector de la salud, hecho vivenciado recientemente y de la cual no se podría decir que es el único que se vio afectado con las decisiones tomadas, sino que implicó a otros sectores, en estos el turismo y el cierre de fronteras. De lo anterior se crearán diferentes alarmas a partir de la dinámica de los sectores como el de la salud, económico y ambiental, para obtener un beneficio al sector turismo. Este plan tendrá a su disposición un fondo de emergencias y un comité de crisis. Cabe aclarar que se propone un plan general ya que el turismo, siendo una cadena de valor conformado por varios de los prestadores de servicios turísticos, incluidos los guías de turismo por lo que es importante velar por las condiciones de otros prestadores para así mantener la labor de la guianza.

4.3.1.1.2 Formación del sector para emergencias

Se ofrecerán cursos de capacitación, vinculando a universidades a partir del área especializada del tipo de curso que se vaya ofrecer, para estar preparados e informados adecuadamente al momento de una crisis en el sector o en el mundo, con ideas innovadoras y sostenibles, vinculando al sector privado experimentado y que los estudiantes por medio de semilleros, prácticas o pasantías participen en estos procesos. En caso de confinamiento, esta participación se realizará

de manera virtual a través de las diferentes plataformas de reuniones virtuales como Google Meet, Zoom, Microsoft Teams.

4.3.1.2 Medidas

Línea estratégica 1: Plan de emergencia:

El plan se realizará en cinco fases:

Fase 1 comité de crisis: El comité se pretende integrar, por un grupo por parte de representantes de los gremios turísticos, entidades públicas y privadas expertos en crisis, capacitados para tomar decisiones en escenarios como en la pandemia Covid 19. Este comité toma decisiones que permitan el buen desarrollo de la actividad turística, protegiendo a todas las personas que lo conforman como turistas, prestadores de servicios turísticos y comunidades, aplicando a la primera decisión la reevaluación y seguimiento rápido, partiendo desde una mirada sostenible de las estrategias que se plasmen en el plan de emergencias.

Fase 2: Se desarrollará durante la crisis, en la que se analizará la alarma dependiendo de su origen y los posibles impactos que tendría en el sector turístico, plasmando acciones rápidas que eviten la detención de la actividad turística.

Fase 3: Se propondrán soluciones de acuerdo con las necesidades de cada una de las alarmas y dependiendo de estas, se darán prioridades en orden de importancia, para así evitar grandes afectaciones como sucedió durante la covid 19.

Fase 4 Fondo de emergencia: El dinero destinado al Fondo de emergencias se utilizará como un apoyo económico y temporal a los gremios, para minimizar la afectación económica de los trabajadores y su operación. Además, se dará un aporte para la realización de las soluciones propuestas a las alarmas encontradas en la fase 3, pensado que desde el Fondo Nacional de turismo (FONTUR), se destine un porcentaje para los momentos en que el sector se encuentre en una crisis, a causa de alguna emergencia como la covid-19 que se presentó en el año 2020 y continúa en el año 2021.

Fase 5: Se implementará y se realizará un plan de seguimiento en diferentes lapsos para asegurar el buen funcionamiento del plan y de la actividad turística.

Línea estratégica 2: Formación del sector para emergencias

Medida 1: Ofrecer capacitaciones

Estas capacitaciones incluyen temas como la importancia de la educación financiera, en donde se hablará de la economía y medidas para mantenerse estable; la innovación en turismo para renovar las acciones dentro de los empresarios implementadas en cada sector en caso de emergencia; al igual tomar el marketing para la promoción y recuperación de los sectores, dotando a los profesionales o empresarios de competencias y técnicas que les permitan identificar y reconocer los diversos elementos de turismo. También se brindarán capacitaciones en las herramientas tecnológicas, para que todos los prestadores de servicios tengan mayor facilidad del manejo de estas y así puedan estar a la vanguardia en la prestación de su servicio.

Medida 2: Comité

Se creará un comité conformado por los docentes dispuestos a la colaboración voluntaria o presentada por la secretaría de educación, empresas del sector privado del turismo y un representante de los estudiantes. Se encargará de dar aprobación y veracidad a la información recopilada en los cursos.

Medida 3: Creación de los cursos

Las instituciones educativas abrirán semilleros, prácticas o pasantías en las que los estudiantes aportarán conocimientos e ideas para la creación de dichos cursos. Los semilleros crearán líneas de investigación, donde a partir de lo recolectado con el sector privado y las bases teóricas estructuren un prototipo de curso, en donde posteriormente crearán guiones de recorridos y ejercicios prácticos para su implementación. Este curso será evaluado por el comité encargado. Para las prácticas o pasantías, el estudiante tomará el papel de ayudante para que las empresas pequeñas y medianas implementen los conocimientos adquiridos en los cursos y los estudiantes obtengan experiencia.

4.3.2 Plan estratégico para guías de turismo: Formación y apoyo

Teniendo en cuenta la información recolectada en los instrumentos de investigación, se pudo observar el vacío que tiene el sector turístico en relación al gremio de los guías de turismo y la

poca visibilidad e importancia que se le ha dado en el transcurso de los años, sin tener claro que es un eje fundamental en la cadena de valor al momento de la creación, promoción y distribución de un producto turístico en un destino y es así por lo que surge el plan estratégico llamado “Formación y apoyo”.

Propósito

Visibilizar la importancia de los guías de turismo en el sector turístico.

Objetivos de las estrategias

1. Disminuir la informalidad de los guías de turismo.
2. Mejorar las condiciones laborales para aumentar la calidad de vida de los guías de turismo.
3. Crear una mayor oferta laboral dirigida hacia los guías de turismo.

4.3.2.1 Líneas estratégicas

- Estudios sobre guías de turismo
- Plan certíficate
- Intervención de recorridos turísticos
- Creación e impulso de productos turísticos
- Reserva económica

4.3.2.1.1 Estudios sobre guías

Los guías han sido un gremio poco visibilizado en Colombia y esto se puede ver reflejado en la falta de estudios sobre estos PST. Lo que se busca con esta línea estratégica, es lograr que las entidades gubernamentales y universidades realicen estudios sobre este gremio, resaltando su importancia dentro de la cadena de valor, visibilizando las problemáticas existentes en su cotidianidad y sus condiciones laborales.

4.3.2.1.2 Plan certíficate:

Los guías de turismo que ejercen su labor sin contar con una certificación se ven vulnerables frente a todo tipo de crisis, ya que no pueden acceder a los beneficios otorgados por las entidades

públicas como el MINCIT o el IDT. En esta línea estratégica se propone plantear oportunidades y accesos para la pronta certificación, generando más oportunidades laborales y beneficios.

4.3.2.1.3 Intervención de recorridos

Esta línea estratégica busca mejorar la oferta laboral de los guías de turismo de Bogotá, por medio de la propuesta en senderos de acceso gratuitos administrados por entidades públicas y sin la compañía de un profesional garantizando el entendimiento del entorno. Esto pretende vincular a los guías de turismo que tuvieron afectación como pérdida de empleo por la covid 19 y no han podido retomar sus actividades. De igual forma, esto aportará a los estándares de calidad del turismo en la ciudad de Bogotá.

4.3.2.1.4 Creación e impulso de productos turísticos

Esta línea estratégica pretende mejorar la oferta turística y contar con una real participación de los guías de turismo, donde expresen su creatividad por medio de concursos, mejorando rutas turísticas en Bogotá o la creación de nuevas, podrán tomar cualquier tipología de turismo para la creación de su proyecto.

4.3.2.1.5 Reserva económica

Esta línea estratégica pretende que los guías de turismo realicen aportes de manera voluntaria a una cooperativa, la cual su principal beneficiario sea la asociación de guías de turismo, sirviendo como fondo o entidad bancaria para generar créditos y aportes de fácil uso para momentos de crisis permitiendo mitigar los impactos económicos y sociales.

4.3.2.3 Medidas

Línea estratégica: Estudios sobre guías de turismo

Medida 1: Reunir un grupo de personas que se dediquen a investigar al gremio de los guías de turismo, preferiblemente desde las instituciones educativas para generar vínculos con la profesión turística.

Medida 2: Identificación de las problemáticas que acogen a este gremio del sector en su cotidianidad y sus condiciones laborales.

Medida 3: Revisar e implementar soluciones propuestas en las nuevas investigaciones mejorando la calidad laboral de los guías de turismo.

Medida 4: Publicar y distribuir las investigaciones realizadas sobre los guías para mantener informada y actualizada a la comunidad investigativa, a los entes gubernamentales e instituciones relacionadas con el gremio de guianza y a los guías.

Línea estratégica: Plan certificate

Medida 1:

Realizar un seguimiento vinculando a la policía de turismo para que verifiquen si los que están ejerciendo tienen el certificado de guianza para realizar los recorridos. Empezar con un acompañamiento para iniciar este proceso, cumpliendo requisitos como la certificación por medio del SENA o título de pregrado como lo dispone el MINCIT en la resolución 200 del 5 de febrero de 2020, por cual se determinan las áreas afines del conocimiento para los profesionales que aspiren a ser reconocidos como guías de turismo, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 94 de la ley 300 de 1996, modificado por el artículo 26 de la ley 1558 de 2012, el nivel de inglés requerido (A2) y para así obtener la tarjeta profesional de guía de turismo.

Línea estratégica: Intervención de recorridos turísticos

Medida 1: vinculación de entidades

Se pretende realizar un análisis de las entidades que ofrecen recorridos turísticos y no presentan el acompañamiento de guías, con el propósito de encontrar el mayor número de oportunidades para la ampliación de oferta laboral y el entendimiento del entorno al visitante.

Medida 2: Inscripción

Se realizará la inscripción de los guías, por medio de redes sociales, convocando principalmente a los guías de turismo que perdieron su trabajo y no han retomado sus actividades.

Medida 3: Elección

La elección del guía que pueda acceder a la oferta laboral será por una prueba de innovación y capacidad de interpretación, en la que tendrán que crear un guion interpretativo y su implementación será evaluada por los entrevistadores.

Línea estratégica: Creación e impulso de proyectos turísticos

Medida 1: Patrocinadores

Búsqueda de patrocinadores que puedan financiar y promocionar los proyectos.

Medida 2: Convocatoria

Se abrirán convocatorias a guías o grupo de guías de turismo, seis meses antes de la realización del concurso y deberán pasar un borrador de su idea de proyecto.

Medida 3: Los proyectos y la o las tipologías que se hayan escogido para representar en el evento de ese año, y posterior a los seis meses de inscripción, los guías de turismo deberán presentar a los jueces y patrocinadores su idea terminada. Estos jueces tendrán un mes para elegir el proyecto más innovador y que cumpla con las necesidades que busca potenciar el turismo en Bogotá.

Línea estratégica: Reserva económica

Medida 1: Vincular a la asociación de guías de turismo a la cooperativa, para que estos tengan acceso a los préstamos o ayudas presentadas por la cooperativa.

Medida 2: Determinar categorías para la inversión o aportes mínimos individuales por guía de turismo.

Medida 3: Permitir la facilidad de uso y prestación de servicio económico a los guías de turismo cuando este sea necesario.

Conclusiones

Lo expuesto a lo largo de este trabajo permite concluir que:

Se resalta un rasgo común de todos los resultados del proyecto y los antecedentes propuestos en este trabajo de grado. Se pudo identificar que las afectaciones a los guías parten principalmente por la detención de la actividad turística por la covid 19, lo que causó la disminución de las labores en el turismo, que lleva al cumplimiento del primer objetivo de delimitar a los guías de turismo afectados por la covid 19 en Bogotá, que harán parte del estudio. Se concluye que sin importar su actividad, ya sea de manera formal o informal, las afectaciones se presentaron en todos los guías de turismo dependiendo si ellos cuentan con certificación o no, ya que pudiesen verse impactados a mayor o menor gravedad y si llegaron a contar o no con los auxilios entregados por las instituciones gubernamentales, impactando así al gremio de guías de turismo y causando problemas económicos y sociales.

Para establecer las afectaciones económicas y sociales de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá, el grupo de investigación analizó las matrices de los impactos positivos y negativos y hace hincapié a la falta de visualización del gremio de guías de turismo, no solo en la covid 19, sino años anteriores con los estudios de la estabilidad económica, entorno laboral, la relevancia de su participación en el sector turístico y el entorno personal de los guías de turismo.

La insistencia dentro de este trabajo de grado acerca de la vulnerabilidad que tienen los guías de turismo en las prestaciones sociales, es hito importante para reafirmar la razón de una menor importancia frente a otros prestadores turísticos, ya que su grado de incertidumbre de trabajo puede ser más amplia y pueden verse en la necesidad de evitar esos pagos, para poder cubrir otras necesidades que consideran más importantes.

Las instituciones gubernamentales ejecutaron medidas de acción basadas en referentes internacionales, ya que en el país no se habían generado estudios para la mitigación de las afectaciones en los sectores. Dentro de las acciones de las instituciones antes de la covid 19, se resalta la falta de estudios en cuanto a los guías de turismo, esto pudiendo resultar en la toma de

acciones sin el conocimiento de la situación anterior y actual de este prestador, traduciéndose en medidas básicas, rápidas e ineficientes como fue mencionado por los mismos guías en las entrevistas y encuestas.

Dentro de la búsqueda de información se rescata un acontecimiento importante en los informes hechos por la institución pública IDT, evidenciando que los guías en diciembre del año 2020 en comparación con diciembre del 2019, aumentaron el número de certificados ya que estos se vieron en la necesidad de certificarse para recibir ayudas y posiblemente ser incluidos en las próximas estrategias.

Partiendo de las técnicas de recolección de información y en relación con los resultados del proyecto, se proponen estrategias para mejorar las condiciones de los prestadores de servicio turístico frente a la covid 19, en especial a los guías de turismo y pudiesen así confrontar a futuro nuevas crisis. Además, se evidencia la importancia de las estrategias planteadas por el grupo de trabajo en donde se mencionan las capacitaciones en herramientas tecnológicas, las cuales son esenciales en la actualidad para la presencia en plataformas virtuales permitiendo promover y visualizar sus servicios, creando oportunidades al prestador ya que la ausencia del conocimiento de estas herramientas pudo ser un factor para que el gremio de los guías, fuese uno de los últimos en dar reactivación dentro del sector. Por otra parte, algo que durante la revisión bibliográfica se pudo evidenciar del sector turístico, es la falta de asociatividad entre agremiaciones, ya que a la hora de plasmar estrategias no se tomaron como un todo, sino individualmente en busca de beneficios particulares de cada prestador.

Así como en la recopilación de información para estudiar los antecedentes, como grupo de investigación concordamos que los prestadores que aún no están presentes en plataformas virtuales, como en la del Instituto Distrital de Turismo llamada plan Bogotá, que incluye descuentos para actividades turísticas, alojamiento y restaurantes. Esta plataforma incluye algunos recorridos dirigidos por guías profesionales de la ciudad de Bogotá.

En esta investigación a partir de 3 historias de vida de guías de turismo, se encontró que las ayudas económicas proporcionadas por los entes gubernamentales no llegaron a tener una alta efectividad para cubrir toda la población certificada. Además de lo anteriormente mencionado, una parte de esta población no recibió estas ayudas ya que FONTUR solicitaba que no estuviesen inscritos en los siguientes subsidios brindados por el gobierno nacional como lo son familias en acción, Colombia mayor, jóvenes en acción, ingreso solidario o compensación del impuesto sobre las ventas- IVA.

Otra conclusión que se puede dar en esta investigación que surgió a partir de los relatos de los guías, es de la repercusión de otras asociaciones como la red nacional de turismo comunitario, la cual se vio afectada a partir de las dificultades que los guías de turismo atravesaron y la disminución del número de recorridos realizados, cabe resaltar que la economía de estas comunidades se encuentra ligada a las divisas que dejan los turistas en gastronomía, artesanías y tiendas de barrio, cuando visitan los territorios junto a los guías de turismo.

Los actores ya sean gubernamentales o no gubernamentales, generan un aporte a los guías de turismo buscando mejorar las condiciones de vida de las personas y familias pertenecientes a este gremio turístico, aumentando las oportunidades laborales por medio de capacitaciones y formaciones técnicas. Aportando en sensibilizaciones, financiamientos en actividades concretas y en la gestión de apoyos sostenibles. Dentro de los planes estratégicos se plasma la certificación de los guías de turismo, como pilar importante para la visibilización de este prestador ante las entidades gubernamentales, convirtiéndose en una población de gran trascendencia para la toma de su voz y opinión frente a las acciones, medidas y políticas dirigidos a la guianza. Además que estos se conviertan en voceros para que otros guías no certificados se unan y se mejore la prestación de sus servicios.

La técnica de recolección de información conocida como matriz de triangulación utilizada en esta investigación, permitió la fácil obtención de datos por medios virtuales en medio de restricciones sanitarias y de desplazamiento debido a la covid 19. También esta técnica ayudó con

el análisis para el planteamiento de resultados más claros respecto a la problemática encontrada por el grupo de trabajo.

Aunque el sector de la educación no fue un tema central en esta investigación, el grupo de trabajo y al igual que algunos investigadores internacionales que hicieron parte de los antecedentes, dan a entender que todo programa educativo relacionado con el turismo es pilar fundamental para estudiar las dinámicas de la actividad turística para la toma de decisiones a futuro.

La pandemia no solo evidencia las problemáticas internas que los prestadores de servicios turísticos tienen, si no que las entidades públicas, privadas, comunidades y turistas se vieron en la necesidad de replantear el turismo sano para los destinos, al igual para los que prestan sus servicios y recalcó que todos necesitamos oportunidades laborales que permitan una mayor calidad de vida para nosotros y nuestras familias.

Recomendaciones

Para la construcción de mejores oportunidades con proyectos innovadores del sector turístico y en especial para los guías de turismo de la ciudad de Bogotá, se recomienda una continua investigación de las condiciones de los guías de turismo. Se sugiere tener en cuenta este trabajo como aporte para la creación y aplicación de estrategias en la ciudad; además se sugiere revisar las acciones propuestas para fortalecer y mejorar la reacción del sector frente a una crisis. También se debe tener como referencia las nuevas propuestas internacionales de entidades como la OMT y diferentes estrategias propuestas por los países de Europa, que son referentes en turismo, para utilizarlas y adaptarlas a las necesidades del sector en Colombia.

También se recomienda al sector turístico trabajar de manera colaborativa, es decir, todos los gremios trabajen por un mismo objetivo para afrontar crisis futuras con el fin de evitar afectaciones al sector, en emergencias como la presentada en el año 2020 y que continúa en el año 2021. Asimismo, se deben fomentar los productos turísticos de cada uno de los representantes de los municipios, ciudades y pueblos aledaños, en los cuales se promocionen las actividades y destinos, para asegurar la labor de los prestadores de servicios turísticos y en especial la de los guías de turismo.

Aunque dentro de este trabajo no se incluyen los protocolos de bioseguridad en el turismo dentro de los planes estratégicos, ya que como se menciona, son adaptados a cualquier tipo de crisis; es necesario mencionar que aún el turismo está pasando por una transición hacia la normalidad, por lo que el uso de protocolos de bioseguridad es necesario para evitar el aumento de contagios, muertes por la covid 19 y cierre de fronteras.

Otra de las recomendaciones dadas por el grupo de trabajo es que los entes gubernamentales e instituciones actualicen periódicamente sus bases de datos, facilitando el acceso a la información a cualquier público interesado, ya sea para uso académico, laboral o recreativo. Además, tener

estas bases actualizadas ayuda a mantener un seguimiento claro de los prestadores de servicios turísticos certificados, laborando en la ciudad de Bogotá en la actualidad.

Se recomienda a los entes gubernamentales de la ciudad de Bogotá facilitar el acceso a cursos de formalización de la guianza, con el fin de seguir mejorando las capacidades de los guías de turismo actuales y los que pronto llegasen a certificarse. Estos cursos de formación no solo se deben centrar en procesos comunicativos y de transformación de la información, sino que también el turismo al ser un proceso globalizado debe capacitar a los guías en un tercer idioma aparte del inglés.

Como se habló en las conclusiones los guías de turismo deben vincularse a plataformas virtuales con el fin de adaptarse a la nueva era tecnológica, para que las nuevas generaciones al estar tan inmersas en internet, puedan conocer la labor de los guías turísticos y así mantenerla para el conocimiento de los destinos. Además, como se mencionó la importancia de las instituciones educativas para el mejoramiento de la actividad turística, se debería tomar en cuenta a los estudiantes de estos programas, ya que no solo van mejoran las capacidades laborales para el entendimiento del sector para un futuro, sino que pueden aportar ideas innovadoras a entidades tanto públicas como privadas, llegando a la interconexión del turismo que tanto se busca.

Los guías de turismo son un factor fundamental dentro de un destino turístico, siendo el intermediario principal entre destino y turista. Aunque es una utopía se recomienda que por parte de las entidades encargadas, realizar una remuneración básica fija para este prestador asegurando un ingreso y mejora en sus condiciones laborales incluidas las prestaciones sociales.

Referencias bibliográficas

American Thoracic Society, Online version (April 28, 2020) ATS Patient Education Series 2020

Agudelo, C, Fajardo, N Gonzales, C., Monte, E. and Rodríguez, N., (2019). *Llegada de turistas internacionales a Colombia durante 2001 -2017 evolución características y determinantes*. PDF : <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9647>

Arévalo, J. (2007) *Impacto, Impacto Social Y Evaluación del Impacto*. (Doc) Impacto, Impacto social y evaluación del impacto. Karen Arévalo

American Thoracic Society. (2020) *Que es Covid -19. Formalmente “el nuevo nCOV-2019 Coronavirus”*. <https://www.thoracic.org/patients/patient-resources/resources/spanish/covid-19.pdf>

Aymsoft.com *Desarrollo de Software y Páginas Web*. (2020, 4 noviembre). FONTUR, Glosario. <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>

Barrera, J. Leyva, J. Maldonado, D. & Primero, A. (2013). *Análisis Sectorial: Sector Hotelero En Colombia* Universidad Icesi Facultad De Ciencias Administrativas Santiago De Cali

Bello, R. (2009). *Evaluación de impacto*. CEPAL. : https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf

Bravo, A. & Rincón, D., (2013) *estudio de la competitividad en el sector turismo* Universidad el Rosario Facultad de Administración. Bogotá

Brida, J. G., Rodríguez-Brindis, M. A., Mejía-Álzate, M. L., & 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.

Bustamante, C. Naranjo, L (2019) *El sector turístico durante la pandemia del Covid 19- El impacto inmediato y la lenta recuperación*. Universidad Colegio Mayor de Antioquia

Campbell D.T., Fiske D.W.

Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix

Psychological Bulletin, 54 (1959), pp. 297-312

Castiblanco (2020, 1 abril) *Mejora la calidad del aire en Bogotá*: reporte miércoles 01 de abril de 2020. Bogota.gov.co. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/mejora-calidad-del-aire-en-bogota-reporte-1-de-abril-de-2020#:~:text=La%20actual%20mejora%20en%20la,informe%20de%20Secretar%C3%ADa%20de%20Ambiente>

Castro, L y Sandoval, L (2013) *Análisis del perfil comunicativo del guía de turismo en la ciudad de Bogotá* Universidad EAN. Pg. 1- 77

Contreras, E. (2013) *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Universidad Nacional de Colombia. Pensamiento y gestión, N° 35 ISSN 1657-6276

Departamento Administrativo Nacional de Estadística: www.dane.gov.co.

Davies, W. (2000). *Entender la estrategia. Estrategia y liderazgo*, 28(5), 25- 30

Diccionario de cáncer del NCI. (2020). *Instituto Nacional del Cáncer*. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/covid-19>

Dupont, B., Gandhi, A., Weiss, T. (2009). *Fluctuaciones en los viajes al extranjero de los estadounidenses 1820-2000*.

Flores, M.V (2016) *La globalización como fenómeno político, económico y social* Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, vol. 12, núm. 34, 2016, pp. 26-41

Félix, A.G. y 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, 4 (1), 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>

Fernández, F (2020) *Estudio de impactos de pandemias del Siglo XXI en la economía y sector turismo* pdf de: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/20571>

FONTUR. (2019). *Manual de turismo accesible* (N.o 1). <http://turismo.huila.gov.co/storage/app/uploads/public/5ce/556/330/5ce556330b26f216169482.pdf>

Henryk, F. Bonini, J. Montero, V. Cuervo, J. Ganzo, J. Martínez, Y. Pérez, M. Keaton, K (2010) *Municipio turismo y seguridad*. Instituto de Turismo desde Seguridad Turística

Hernández, J. (2015) *Estrategias Para El Mejoramiento De La Seguridad Turística En El Destino Turístico: Ciudad De Cuenca*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito- Ecuador de: http://192.188.51.77/bitstream/123456789/16337/1/63443_1.pdf

Hernández, R. Muñoz, J. Beltran, L (2020) *comparación de prestadores de servicios turísticos (2019-2020)*

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.) [Libro electrónico]. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA

EDITORES, S.A. DE C.V. <http://www.pucesi.edu.ec/webs/wp-content/uploads/2018/03>

Huizar M, A. Villanueva, R. Rosales G. (2016) *Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible?* Los retos de Turismo (pp.167 - 183) https://www.researchgate.net/publication/305399956_Turismo_y_empleo_de_calidad_Una_relacion_posible

Informe de gestión del sector comercio industria y turismo vigencia 2010. (MINCIT 2010)
<https://www.mincit.gov.co/ministerio/planeacion/informe-de-gestion-del-sector-comercio-industria-y>

ILPES CEPAL: Evaluación de Impacto; [En línea] Disponible en:
http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf; pag. 4-5

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia (2020) *El Sector Turístico Durante La Pandemia Del Covid-19, El Impacto Inmediato Y La Lenta Recuperación*
<https://www.colmayor.edu.co/noticias/el-sector-turistico-durante-la-pandemia-del-covid-19-el-impacto-inmediato-y-la-lenta-recuperacion/>

Jácome, T, Edgar, F. (2014) *La integración turística bi-nacional, los aportes de los operadores turísticos privados y su impacto en el mercado local: comparaciones Ecuador-Colombia 2008 - 2012*. Quito, 2014, 143 p. Tesis (Maestría en Relaciones Internacionales. Mención en Economía y Finanzas). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Estudios Sociales y Globales.

Jick, T. (1979). *Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action*. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602-611. doi:10.2307/2392366

Lattin, G. W. (1996). *Administración moderna de hoteles y moteles: Gerald W. Lattin* (1a. ed., 13a. reimp. --.). México D.F.: Trillas

Lalanza,S. 2020. *Claves para entender el turismo pos - Covid 19*. Pdf de:
http://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/InformeOBS_Claves%20para%20entender%20el%20turismo%20pos-COVID-19.pdf

Leech, NL, Onwuegbuzie, AJ *Una tipología de diseños de investigación de métodos mixtos*. *Qual Quant* 43, 265-275 (2009). <https://doi.org/10.1007/s11135-007-9105-3>

Ley 300/1996 *Ley general de turismo* Art. 94. Congreso de la republica

Mackey, Y., & Peña, D. (2017). *Turismo en Colombia ¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo?* *Ploutos*, 6(2), 48-55. a partir de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1585>

Marrero, F. (2016) *glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. [glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados](#)

Marrero, F. (2020). *Estudio de impactos de pandemias del siglo XXI en la economía y el sector turístico*

Mayorga, A. (2011) *El Guía Profesional De Turismo Como Elemento Clave De La Calidad Del Servicio Turístico De Guianza*. Universidad Tecnológica Equinoccial. QUITO – ECUADOR. de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13366/1/45506_1.pdf

Mendoza, J. M., & Lengerke, O. (2018). *Posibilidades competitivas para la industria del turismo en Colombia: Un estudio exploratorio*. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 114-121

Meyer, D, (2004) *Economía turística en América Latina y el Caribe*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 2004.. 1- 134.

Mincit. (2019) *Bogotá D. C Grupo de Análisis sectorial y RNT*. de: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=4eee7e50-5a06-44c2-9b73-19c94a6c3246>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia. (1997) *DECRETO NÚMERO 503 DE 1997 (febrero 28) Guía de Turismo de que trata el artículo 94 de la Ley 300*

de 1996. de:
https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/1997/DECRETO_503_DE_1997.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014) *Programa de Transformación Productiva (PTP)* de: <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=314aaae4-e334-4cce-9e08-df0690cf3a09> .

Mittelman, J. “*Las Dinámicas de la Globalización*” En: *Globalization: Critical Reflections* London: Lynne Reinner Publishers, pp. 1-19. 1997

Montiel, J. (2020) *Alternativas orientadas al rescate del turismo en México en el contexto del Covid-19*. Revista Sinergia 2020, Edición 7, p. 40-61. ISSN: 2665-1521

Montoya, S. and Gaitan, L., 2013. *Impacto de la inversión extranjera directa en el sector hotelero colombiano* pdf de: <http>

Muñoz, F (2017). *Diagnóstico de los prestadores turísticos frente a la NTS-TS 003 en la Provincia del Alto Magdalena*. Universidad de Cundinamarca Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables

Organización Internacional del Trabajo. (2017). *Análisis de la cadena de valor de Cali* (N. °978-92-2-328476-3[ISBN]). https://www.ilo.org/empent/areas/value-chain-development-vcd/WCMS_625206/lang--es/index.htm

OMT (2017). Organización Mundial del Turismo UNWTO. *Panorama OMT del turismo internacional*. Edición 2017.

Ortega, G., Navarro, E., Medina, A. y Torres, E., 2020. *Turismo poscoronavirus ¿una oportunidad para el post crecimiento?*

Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). (S. f.). OMS.
https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=CjwKCAiAv4n9BRA9EiwA30WND37NqOwSZBnigdE8ASoa0Qi7SEDB-fSzWRUNp0760G-ro8j6fh4-YxoCTN4QAvD_BwE

Pretorius, M. & Maritz, R. (2011). *Elaboración de estrategias: el enfoque importa*. *Revista de estrategia empresarial*, 32(4), 25-31

Puri, L. (2007). *Declaración de apertura - Reunión sobre las implicaciones del comercio y el desarrollo de servicios de turismo para países en desarrollo: evento previo a la XII UNCTAD*. Ginebra. Noviembre 19-20.

Quezada, J. P. (2020). *Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales*.

Ramírez, G (2017) *Marketing de Servicios* Bogotá D.C., Fundación Universitaria del Área Andina. 978-958-5459-91-5

Rivas Tello, A. C. (2020). Impacto del Covid 19 en los Guías de Turismo del Ecuador. *Ecuadorian Science Journal*, 4(2), 1-6. DOI: <https://doi.org/10.46480/esj.4.2.67>

Rodelgo, S (2020) *Informe OBS: Claves para entender el turismo pos-COVID-19 | OBS Business School* de: <https://obsbusiness.school/int/informe-de-investigacion/informe-obs-claves-para-entender-el-turismo-pos-covid-19>

Salazar, N. B. (2005). *Más allá de la globalización: La «glocalización» del turismo*. *Política Y sociedad*, 42(1), 135-149.

Salinas, J (2006) *El síndrome de la globalización: transformación y resistencia* El Cotidiano, vol. 21, núm. 136, marzo-abril, 2006, p. 92

Sánchez, P. Carvajal, J. Piñeros, M. Muñoz, J. Pineda, L. Ochica, D (2019) *Viajeros 2019*. Instituto distrital de turismo. abril 2020

Sánchez. Pineda, L (2020) *Estudio Técnico de la Guianza turística en Bogotá*

Sánchez, P. Pineda, L (2021) *Informe, afectación y repercusiones en el sector turismo por el covid 19 (corte diciembre 2020)*

Seguridad Turística. (2010) *Municipio, Turismo & Seguridad*. de:

http://www.oas.org/en/sedi/pub/turismo_seguridad_s.pdf

Simancas, M. Hernández, R. & Padrón, N. (2020) *Turismo Pos-covid 19: Reflexiones, retos y oportunidades*. Cátedra de Turismo Caja Canarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna
ISBN: 978-84-09-21816-5 DOI: <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

Varela, R. y Olarte, T. (2018). *Análisis de la competitividad del sector turístico del Área Metropolitana de Bucaramanga* (Colombia). *Turismo y Sociedad*, XXIII, pp. 199-211. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.10>

Zúñiga, A., & Castillo, M. (2012). *Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010)*. *Magazine Empresarial*, 8(15), 67-73

Acápites

1. Instrumentos de recolección de datos.

Encuesta

Muchas Gracias por participar en esta encuesta

Las respuestas ingresadas en este formulario deberán ser basadas referente al periodo de marzo 2020 y junio 2021.

Somos de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca del programa de Turismo con Enfoque social y nos gustaría hacerles unas preguntas relacionadas con los impactos que generó la covid 19 en los prestadores de turismo. Los resultados de esta entrevista servirán para la mejora y propuestas de estrategias preventivas en turismo, Permítanos asegurarle que esta es una investigación legítima y que sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad.

Nombre y Apellidos

1: Rango de edad

- 18 - 33
- 34 - 49
- 50 - 65
- 66 - 80
- 80+

2: ¿Tiempo de antigüedad como guía de turismo?

- – de 6 meses
- Entre 7 y 12 meses
- Entre 13 y 24 meses
- Entre 25 y 48 meses
- 49 meses o más

3: Nivel educativo

- primaria

- secundaria - bachiller
- técnico
- tecnólogo
- profesional
- maestría
- otra

4: Tipo de guía

- Guía de recorrido o guía acompañante
- Guía local
- Guía expositor
- Guía de museo
- Guía mayor
- Guía especializado

5: ¿usted es guía certificado?

- si
- no

6: ¿Ha recibido alguna capacitación durante la pandemia para su manutención?

- si
- no
- una
- más de una vez

7: ¿Se dedicó a otras actividades laborales diferentes al de guía turístico durante la actual pandemia?

- si
- no

8: ¿Ha recibido algún tipo de ayuda durante esta pandemia?

- si
- no

8.1: de la anterior si su respuesta es sí escoja

- alimentos
- dinero
- bonos
- no aplica
- otra

9: La entidad de la que recibió ayuda era:

- pública
- privada
- mixta
- ong
- no aplica

10: ¿En los últimos meses se abstuvieron de comprar cosas o hacer compras o realizar actividades?

- si
- no

11: ¿Cuántas familias dependen de este trabajo?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 o más

- ninguna

12: ¿En estos momentos usted retomó sus actividades normales como guía de turismo?

- si
- no

13: ¿Está recibiendo actualmente algún tipo de ayudas por parte de alguna entidad pública o privada?

- si
- no

13.1 De la anterior pregunta, si su respuesta es negativa ¿le gustaría recibir alguna ayuda en estos momentos?

- si
- no

14: ¿Proyecta seguir trabajando como guía de turismo?

- si
- no
- no sabe

15: ¿Conoce las estrategias institucionales presentadas por los entes gubernamentales?

- si
- no

2. **Historias de vida**

1. Edad
2. Lugar de vivienda
3. Nivel de estudios

4. Ubicación
5. Lugar de residencia actual
6. Composición familiar y que rol hace en ese núcleo familiar
7. Si ¿es o no cabeza de familia?
8. ¿Tiempo en el sector?
9. ¿Cómo llego al sector?
10. ¿Qué hacía antes de entrar al turismo?
11. ¿Qué estrategias conoce que se hayan realizado?

3. Matriz de análisis de información

Investigaciones	
cita de la investigación	
Tipo de documento	
Metodología de la investigación	
Estado del arte de la investigación (conceptos)	
Marco conceptual que se utilizó	
Resultados de la investigación	
Conclusiones	