

# FACTORES DETERMINANTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DIGITAL PARA MITIGAR EL IMPACTO ECONÓMICO DEL COVID19 EN EL SECTOR TURÍSTICO DE SAN JACINTO - BOLÍVAR.

*Livis Luz Montaña Chacón<sup>1</sup>*

*Sandy Joan De Mares Reyes<sup>2</sup>*

## RESUMEN

A través del presente trabajo de investigación aplicada tecnológica, se logra identificar los factores determinantes para la implementación de una estrategia de fortalecimiento digital para mitigar el impacto económico del covid19 en el entorno del turismo de San Jacinto, por medio de la identificación de estrategias que permitan fortalecer las capacidades digitales en los emprendedores y empresas del sector turismo, generando mecanismos que permitan aumentar los niveles de competitividad digital y que incentiven la participación del sector privado en el uso y apropiación de plataformas tecnológicas. Por otra parte, conocer de qué forma y qué estrategias se deben tener en cuenta para establecer los elementos precisos para el desarrollo de la estrategia de fortalecimiento digital se realizó la revisión de literatura sobre turismo cultural, turismo rural, turismo comunitario sostenible, turismo sostenible, desarrollo económico, social y sostenible, se realizó análisis de casos de éxito nacional en la implementación y desarrollo de Turismo Comunitario sostenible impulsados por medio de las tecnologías de comunicación e información. Se estudiaron por regiones (Amazónica, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía, Pacífico) los tres (3) destinos turísticos comunitarios rurales más importantes o destacados de cada región. Se determinaron los factores fundamentales sobre la implementación de herramientas digitales que permitan robustecer el turismo Comunitario y a su vez fortalecer el desarrollo Económico de San Jacinto, logrando así de esa manera concluir que, el municipio de San Jacinto, requiere la implementación y diseño de una guía de transformación digital en turismo, que permita definir mecanismos que tracen las líneas de un plan de acción digital para el robustecimiento del tejido empresarial en la cadena del sector turismo.

## PALABRAS CLAVE

Turismo digital; Redes sociales; Investigación, desarrollo e innovación i+D+i; Turismo comunitario; Tecnologías 4.0; Tecnologías de información y comunicación.

<sup>1</sup> Administradora de Empresas de la Universidad Libre, Cartagena. Estudiante de la Especialización en Alta Gerencia. E mail: livisl-montanoc@unilivre.edu.co

<sup>2</sup> Contadora Pública de la Universidad Libre. Estudiante de la Especialización en Alta Gerencia. Email: Sandyj-demasresr@unilivre.edu.co

## **ABSTRACT**

Through this applied technological research work, it is possible to identify the determining factors for the implementation of a digital strengthening strategy to mitigate the economic impact of covid-19 in the tourism environment of San Jacinto, through the identification of strategies that allow strengthen digital capacities in entrepreneurs and companies in the tourism sector, generating mechanisms that allow increasing levels of digital competitiveness and that encourage the participation of the private sector in the use and appropriation of technological platforms. On the other hand, to know how and what strategies should be taken into account to establish the precise elements for the development of the digital strengthening strategy, a literature review on cultural tourism, rural tourism, sustainable community tourism, sustainable tourism, was carried out. economic, social and sustainable development, an analysis of national success cases was carried out in the implementation and development of sustainable Community Tourism promoted by means of communication and information technologies. The three (3) most important or prominent rural community tourism destinations in each region were studied by region (Amazon, Andean, Caribbean, Insular, Orinoquía, Pacific). The fundamental factors on the implementation of digital tools that allow strengthening Community tourism and in turn strengthening the economic development of San Jacinto were determined, thus achieving the conclusion that the municipality of San Jacinto requires the implementation and design of a guide of digital transformation in tourism, which allows defining mechanisms that trace the lines of a digital action plan for the strengthening of the business fabric in the tourism sector chain.

## **KEYWORDS**

Digital tourism; Social networks; 3. Research, development, and innovation R + D + I; Community tourism; Technologies 4.0; Information and communication technologies

## **INTRODUCCIÓN**

Según el análisis hecho por estudiantes de la Universidad Católica de Colombia, sobre Economía Colombiana en tiempos del Covid-19, el país no ha sido ajeno a la crisis causada por la pandemia del Covid19 y ha afrontado a la tarea de establecer medida que buscan minimizar la propagación de esta pandemia, lastimosamente, han causado muchas dificultades en términos económicos, afectando todos los entornos de producción y mercantiles del estado colombiano. Básicamente, el país ha tenido que enfrentarse a un cambio repentino y radical, tanto en sus costumbres sociales como en aquellas laborales, que se han debido adaptar a las normativas de seguridad, como, por ejemplo, la cuarentena.

Con la llegada de esta pandemia se acabaron todos los pronósticos de crecimiento social que se pretendían para este año 2021 en materia de turismo; según cifras de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO. Se evidenció disminución en las ventas brutas del 70%, que se traduce en, por lo menos, \$50 mil millones de pesos de ingresos dejados de percibir.

Pulido y Cabello, (2020) exponen que la Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO, estableció que en términos de visitas a los hoteles se experimentó una disminución del 44%; durante los

meses de marzo y abril de 2021, aquí se presentó un nivel de ocupación del 6,4%, ha sido principalmente de médicos o personal que labora en clínicas y hospitales.

Para el contexto de la ciudad de Cartagena, el entorno del turismo es uno de los que más pertinencia cobra en la ciudad, por las ganancias y empleos que este sector le genera a la ciudad anualmente. Partiendo de lo establecido en el DANE, se define que alrededor del 30% de los empleos están relacionados con empleos en el ámbito turístico, comercio e industria turística en general. El 70,3% del PIB del departamento de Bolívar lo aporta Cartagena siendo el 4,4% producto de la actividad turística.

El departamento de Bolívar se caracteriza por su inmensa riqueza artesanal y ancestral que lo hace notable dentro del estado colombiano, teniendo lugares artesanales muy significativos, como el municipio de San Jacinto. Según Colombia Travel, a través de la experiencia del Turismo comunitario sostenible en espacios urbanos y rurales se impulsa la oferta variada de servicios turísticos en la Ruta turística San Jacinto Cultura y tradición de los Montes de María. Esta ruta permitirá a los turistas descubrir y vivir lo mágico y maravilloso de los atractivos culturales y naturales de esta población de los Montes de María.

Ahora bien, para contrarrestar las dificultades consecuentes del Covid-19 en la economía de San Jacinto, se debe implementar una estrategia de fortalecimiento digital en el sector turístico en el municipio; esta estrategia debe permitir fortalecer las capacidades digitales de los emprendedores y empresas del sector.

En el turismo y sus viajes, la mayor parte del tiempo se emplea en la búsqueda de información en internet; específicamente en los entornos turísticos que tienen mucha historia, para seleccionar los transportes públicos con el objetivo de elegir rutas adecuadas para llegar a los destinos, lugares excelentes y disfrutar de las mejores experiencias. Por lo cual, aplicar estrategias de marketing y posicionamiento a los diferentes destinos turísticos de San Jacinto, permitirá atraer más turistas y aumentar los ingresos de sus habitantes.

Respecto a la definición de competitividad turística, se puede comprender como la capacidad que tienen las entidades inmersas en el mercado de crear e incluir productos con un mayor valor que ayuden a mantener los recursos locales y a su sociedad como tal, conservando una buena posición y reputación en el entorno turístico. El municipio de San Jacinto, requiere mayor posicionamiento en los viajeros y turistas del departamento de Bolívar; las tecnologías de la información y comunicaciones, permiten dar a conocer e impulsar comercialmente los destinos turísticos del municipio, debido a esto, una estrategia importante a desarrollar consiste en definir estrategias que permitan aumentar los niveles de competitividad digital y establecer mecanismos que conlleven a motivar la inclusión del sector privado en el uso y apropiación de plataformas tecnológicas que permitan modernizar su oferta de servicios.

En conclusión, la economía de San Jacinto requiere una intervención que permita establecer el planteamiento de un plan de acción que posibilite el robustecimiento del tejido empresarial en la cadena del sector turismo, que permita generar empleo y nuevas oportunidades para sus habitantes.

## METODOLOGIA

Este trabajo de investigación se fundamenta en la investigación aplicada tecnológica, a través de la cual se genera conocimiento para desarrollar en el entorno turístico, con el objetivo de aumentar un eficiente resultado en la economía de San Jacinto, por medio de los documentos, el estudio y la investigación analística de la información recolectada.

El proceso inició con una fase de revisión profunda de la literatura que ha servido para dar estructura conceptual y práctica a lo largo del proceso de investigación.

Las actividades se iniciaron revisando temas muy importantes en el mundo del turismo (turismo, cultura, turismo rural, turismo comunitario sostenible, turismo sostenible, competitividad turística, herramientas digitales del sector turismo). Después, se investigó de modo más amplio toda la información obtenida, estableciendo temáticas más globales como: el desarrollo económico, social y sostenible del Municipio de San Jacinto a través del turismo, analizando las prácticas del turismo rural en las diferentes regiones del territorio colombiano.

La metodología aplicada para llevar a cabo este proyecto se fundamenta en tres (3) etapas:

- 1.** Revisión de literatura sobre turismo cultural, turismo rural, turismo comunitario sostenible, turismo sostenible, desarrollo económico, social y sostenible. Se revisaron diversas fuentes (Pro-colombia, catálogo de publicaciones de la Universidad Libre, Ministerio de Cultura de Colombia, Colombia Travel, portal web turismo por bolívar, trabajos de investigación y monografías, entre otros) para realizar el acopio, revisión, análisis de información contenida en revistas, trabajos de investigación, documentos oficiales, entre otros en relación directa con la temática del proyecto.
- 2.** Análisis de casos de éxito nacional en la implementación y desarrollo de Turismo Comunitario sostenible impulsados a través de las tecnologías de información y comunicaciones. Se estudiaron por regiones (Amazónica, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía, Pacífico) los tres (3) destinos turísticos comunitarios rurales más importantes o destacados de cada región. Se estudiaron de los dieciocho (18) destinos turísticos sus inicios en turismo, desarrollos, objetivos, metas, planes a corto y mediano plazo.
- 3.** Factores determinantes sobre la implementación de herramientas digitales que permitan robustecer el Turismo Comunitario y a su vez fortalecer el Desarrollo Económico de San Jacinto. En esta etapa de la investigación se efectuaron las siguientes actividades:
  - Se trazaron las diferentes estrategias para el fortalecimiento de las capacidades digitales de los actores del sector turístico en San Jacinto.
  - Se realizaron estudios e investigación sobre las herramientas digitales actuales para impulsar el turismo.
  - Se documentaron cuáles deben ser las herramientas digitales para fortalecer el turismo comunitario y como estas permiten mitigar los impactos negativos ocasionados por la pandemia de COVID19.
  - Se estableció el plan de acción digital que posibilita el robustecimiento del tejido empresarial en la cadena del sector turismo en San Jacinto.

## RESULTADOS

Siguiendo las fases de este trabajo de investigación, y tras realizar la primera etapa que sirvió para fundamentar la revisión de la literatura de este artículo, esta parte expone los resultados de la fase de análisis (análisis de casos de éxito nacional en la implementación y desarrollo de Turismo Comunitario sostenible impulsados a través de las tecnologías de comunicación e información) y la tercera fase (implementación de herramientas digitales que permitan robustecer el Turismo Comunitario).

El marketing moderno sugiere centrar la atención en el consumidor y como este se relaciona para adquirir bienes y servicios, de manera que permita a los emprendedores a predecir el comportamiento del consumidor, lo cual servirá de puente para pronosticar el comportamiento de las ventas y persuadir al consumidor a que prefiera una marca y no la de la competencia.

Así, nos centrándonos en la segunda etapa, donde se estudiaron por regiones (Amazónica, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía, Pacífico) los tres (3) destinos turísticos comunitarios rurales más importantes o destacados de cada región. Se estudiaron de los dieciocho (18) destinos turísticos sus inicios en turismo, desarrollos, objetivos, metas, planes a corto y mediano plazo.

Tabla 1. Tabla de Destinos turísticos estudiados

Ítem	Región	Destino destacado
1	Amazonía	Leticia
2		Florencia
3		Mocoa
4	Andina	Bucaramanga
5		San Gil
6		Barichara
7	Caribe	Cartagena
8		Barranquilla
9		Santa Marta
10	Insular	San Andrés y Providencia
11		Islas de San Bernardo Islas del Rosario
12		Isla Gorgona
13	Orinoquía	Villavicencio
14		Macarena
15		Puerto Gaitán
16	Pacífico	Buenaventura
17		Quibdó
18		Isla de Gorgona

Siguiendo con la etapa tres (3) implementación de herramientas digitales que permitan robustecer el Turismo Comunitario, se logró determinar que en los dieciocho (18) municipios estudiados que corres-

ponden a casos de éxito en las diferentes regiones de Colombia, implementaron diversas herramientas de tecnologías de la información y comunicaciones.

En la región Amazonia, el turismo está orientado hacia la naturaleza (ecoturismo), pero a pesar de ello, consideraron que las TIC permiten dar a conocer sus destinos turísticos ante los turistas nacionales y extranjeros, para lo cual implementaron estrategia de marketing digital a través de mundo virtual para aumentar el ecoturismo en la zona.

En la actualidad en el sector de las TIC una de los servicios tecnológicos más explotados es la realidad aumentada. La tecnología ha revolucionado la manera como los turistas realizan sus viajes, conectados a dispositivos que ofrecen información completa de los lugares que visitan, la creación de rutas y mapas digitales favorecen la aparición de servicios que se vuelven indispensables para la planeación de los viajes de los turistas.

Por su parte la región Andina, posee un plan de innovación digital para el impulso del turismo, en el cual a partir de las brechas identificaron ideas a partir de ejecución de Softwares que garantizaran un valor adecuado al entorno del turismo logrando los objetivos sectoriales; crearon el Sistema Integrado de Turismo (SIT) denominado estrategia Colibrí, en el que plantean la evolución del negocio y generación de un objetivo funcional que representa la interactividad para el usuario funcional. En la región Andina diseñaron una hoja de ruta que garantizara los tiempos establecidos según la percepción de estado, con la meta de sacar provecho en el campo tecnológico en una económica cada vez más perfeccionada a través de la tecnología.

La región Caribe, implementó el concepto de destinos turísticos inteligentes, también trataron todo lo relacionado con lo necesario a la hora de aplicar e incluir en el Caribe colombiano una eficaz gestión e innovación en el entorno turístico, este modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) desarrollado en España que permite a los destinos identificar sus necesidades, priorizar la inversión y acciones a implementar, compartiendo buenas prácticas tanto en España como en la región de América Latina y el Caribe.

La región Insular, estableció una política de turismo sostenible, donde se puede comprender que:

Busca la implementación de tecnologías de la cuarta revolución industrial para la evaluación y la gestión del desempeño ambiental de la actividad turística. De acuerdo con WWF (2018) la transformación digital es un componente esencial para el turismo sostenible y según el FEM (2019) la Cuarta Revolución Industrial ha marcado el comienzo de una era en la que la conectividad digital es un componente esencial de la gestión de destinos. Sin embargo, en Colombia la tecnología no está siendo suficientemente aprovechada por el sector del turismo para capturar y analizar altas cantidades de información compleja, implementar estrategias de gestión de la oferta, conocer las preferencias de la demanda, o promocionar la sostenibilidad como ventaja competitiva del país. A nivel mundial, por el contrario, cada vez es más aceptado que las herramientas de big data, inteligencia artificial, internet de las cosas y realidad aumentada son aliadas en los objetivos de mejorar la experiencia de los turistas, fomentar la participación de los residentes en el desarrollo

del sector, construir infraestructura turística y de movilidad a la medida de las necesidades de los destinos, medir y monitorear los impactos de la actividad turística, y reducir los efectos negativos del turismo sobre el capital natural y las comunidades locales. Restrepo, et al., (S.f)

La región Orinoquía, diseñó el Plan Sectorial de Turismo

El cual impulsa proyectos con enfoque regional y de interés nacional para la conectividad digital, como estrategia de fortalecimiento para aumentar las capacidades de la región en desarrollo de política pública TIC. La región Orinoquia diseñó proyectos de infraestructura turística, coordinadamente con MinCultura y MinAmbiente, para generar conectividad sostenible en territorios con atractivos turísticos naturales, paisajísticos y culturales emblemáticos del país. Restrepo, et al., (S.f)

La región Pacífico, implementó una estrategia de transformación digital en alianza con El Centro de Desarrollo Tecnológico para la Transformación Digital y la Industria 4.0 – CIDTI, en la cual se basó en crear Innovación y Desarrollo para la Transformación Digital y la Industria 4.0 CIDTI 4.0 en la región Pacífico. Establecieron técnicas pertinentes útiles en la toma informada de decisiones, la evaluación e impacto de políticas públicas, planes, programas y proyectos turísticos para la región Pacífico, que inciden en una mejor implementación de los mismos, con el fin de encontrar sinergias y temáticas en común que promuevan el avance científico, tecnológico e innovación, establecidos en el Pacto por el Pacífico incluido en el Capítulo Pacífico del Plan Nacional de Desarrollo, “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, formando conexiones entre la ciencia y la industria para la estructuración creación del saber, la competitividad y la invención en nuestra región a partir de actividades investigativas, Desarrollo e Innovación I+D+I.

## **CONCLUSIONES**

Luego de estudiadas las seis (6) regiones de Colombia (Amazónica, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía, Pacífico) y sus respectivos casos de éxito, los municipios: Leticia, Florencia, Mocoa, Bucaramanga, San Gil, Barichara, Cartagena, Barranquilla, Santa Marta, San Andrés y Providencia, Islas de San Bernardo Islas del Rosario, Isla Gorgona, Villavicencio, Macarena, Puerto Gaitán, Buenaventura, Quibdó e Isla de Gorgona, se concluyen los siguientes aspectos:

- El municipio de San Jacinto, requiere la implementación y diseño de una guía de transformación digital en Turismo, que permita definir mecanismos que tracen las líneas de un plan de acción digital para el robustecimiento del tejido empresarial en la cadena del sector turismo.
- En San Jacinto Bolívar, los emprendedores y empresas del sector turismo requiere aumentar sus capacidades en herramientas tecnológicas que les permitan aumentar sus ingresos y ofrecer un servicio con experiencia moderna y tecnológica.
- Las redes sociales contienen mucha información sobre planes, sitios y destinos turísticos, se han convertido en una plataforma fundamental para la planeación de viajes para los turistas. Los turistas para planificar sus viajes cuentan con usuarios en redes sociales, olvidándose de los canales de venta convencionales, por lo cual el fortalecimiento de las capacidades en marketing digital

y creación de contenidos digitales modernos e innovadores sobre los destinos turísticos de San Jacinto es un mecanismo para conseguir llegar a una audiencia interesada en realizar turismo.

- Crear sinergias con la comunidad académica para construir herramientas digitales de marketing, empleando procesos tecnológicos e innovadores de la cuarta revolución industrial:
  - o Cloud computing: la implementación de computadoras en la nube, le aprueba a el campo de industria y viajes a minimizar los gastos, porque está fundamentada en un modelo de pago por uso, lo que permite adaptar el presupuesto TI a las necesidades reales de las empresas en cualquier momento y disminuye la operación. Un ejemplo para la implementación de cloud computing, son los sistemas de información de reservas turísticas check-in.
  - o Realidad Virtual y Aumentada: Un mecanismo para incentivar al turista a explorar los destinos de San Jacinto, consiste en acercarse a través de la experiencia de manera anticipada a la realización del viaje, analizando imágenes virtuales de los lugares que se tienen planeado presenciar “sitios y destinos turísticos”.
- Se debe incrementar el uso y apropiación de las TIC para el beneficio del Turismo en el municipio San Jacinto.
- Se debe realizar un estudio de vigilancia tecnológica del turismo en San Jacinto.

## REFERENCIAS

Acerenza, M. (2009). Competitividad De Los Destinos Turísticos.

Cardona, D, Balza, Bladimir, Henríquez, G & Torrenegra, Á. (2028). El comportamiento del consumidor: estrategias y tácticas del marketing. Universidad Libre

Castro, A & Marrugo, Li. (2018). Universidad Libre. Turismo sostenible: caso de gestión de la responsabilidad ambiental en un establecimiento hotelero en Cartagena.

Mincomercio. (2028). Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Turismo: El propósito que nos une.

Mincomercio. Política de Turismo Sostenible.

Pulido, L & Cabello, E. (2020). Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia. Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24709/1/An%C3%A1lisis%20del%20impacto%20econ%C3%B3mico%20del%20coronavirus%20en%20el%20sector%20turismo%20en%20Colombia.pdf>

Restrepo, J, Guerrero, J & Olaya, N. (S.f). Política de Turismo Sostenible. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Vargas, H & García, D. (2019). Estrategia de marketing digital mediante la realidad virtual para potencializar el ecoturismo en la vereda El Manantial Municipio de Florencia-Caquetá Colombia.



Fernández, Francisco. (2012). Formación, investigación e innovación en turismo.

Cabra, C, Rodríguez, D, Castellanos, C, Rojas, C & Forero, C. (2021). Plan de transformación digital para la promoción turística en el viceministerio de turismo. caso de estudio: departamento de Boyacá.

Fondo de promoción turística de Colombia. (2012). Plan de Desarrollo Turístico – Departamento del Amazonas.