

## **LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS ANTE EL COVID-19**

Cecilia García Muñoz Aparicio<sup>1</sup>  
María del Carmen Navarrete Torres<sup>2</sup>

### **Resumen**

En esta época con el virus covid-19, las organizaciones turísticas se enfrentan ante lo desconocido, ¿cómo lograr que los destinos turísticos sean seguros durante esta pandemia?, pregunta que se hacen todos los organismos turísticos, no turísticos, empresas, etc.. La intención de esta investigación es demostrar a través de una metodología de tipo descriptiva explicativa, que, aunque todavía el mundo se encuentra en pandemia, si es posible realizar turismo con normas de higiene muy precisas, cuidando la sana distancia y respetando la seguridad del entorno, siempre y cuando se cumplan los lineamientos establecidos por las instituciones públicas de salud y gobierno. Como posibles resultados se observan algunos ejemplos de organizaciones y sus experiencias, que si bien no se encuentran al 100% de su capacidad, si existe el desarrollo del turismo.

**Palabras clave:** covid-19, organizaciones turísticas, pandemia.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Económico Administrativas. flamingos1999@hotmail.com. Autor de correspondencia

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Económico Administrativas.mallynav@yahoo.com.mx

## **TOURISM ORGANIZATIONS IN THE FACE OF COVID-19**

### **Abstract**

In this era with the covid-19 virus, tourism organizations face the unknown, how to ensure that tourist destinations are safe during this pandemic? it asks that all tourist organizations, non-tourism organizations, companies, etc.. The intention of this research is to demonstrate through a descriptive explanatory methodology that, although the world is still in a pandemic, it is possible to carry out tourism with very precise hygiene standards, taking care of the healthy distance and respecting the safety of the environment , as long as the guidelines established by public health and government institutions are met. As possible results there are some examples of organizations and its experiences, that, although they are not at 100% of their capacity, there is tourism development.

**Key words:** covid-19, tourism organizations, pandemic.

### **1. INTRODUCCIÓN**

La pandemia ocasionada por el virus sars covid-19, ha perturbado de forma global la economía mundial, ocasionando retos operativos y financieros en todas las empresas en el regreso “a la normalidad”, con el cual ya muchas empresas ya habían abierto sus puertas al público cuando actualmente ha llegado una nueva ola de contagios y variación del virus en Europa, trayendo como consecuencia que en muchos lugares se vuelva a cerrar, siendo una de las industrias más afectadas las organizaciones turísticas y la industria restaurantera.

El turismo, siendo un fenómeno en crecimiento, que contribuye a mejorar la calidad de vida de las poblaciones, ciudades y países, fomentando el empleo, reduciendo la pobreza, así como la conservación del patrimonio cultural, hoy se encuentra en pausa debido a la epidemia causada por el covid-19.

La pandemia ha golpeado con más fuerza al sector turístico que a otro sector debido a que se integra por servicios de bebidas y alimentos, alojamiento, entretenimiento, transporte, etc. Por lo cual se requiere implementar la creatividad e innovación para su recuperación ya que este sector es parte de la reactivación económica de un país (Morfin, 2020).

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2021), el coronavirus, cuyo brote fue a fines del año 2019, causa la enfermedad por sars covid-19, enfermedad infecciosa, que ha afectado a muchos países en el mundo y sus síntomas son tos seca, fiebre, cansancio, congestión nasal, dolor de cabeza, conjuntivitis, dolor de garganta, diarrea, pérdida del gusto o el olfato y erupciones cutáneas o cambios de color en los dedos de las manos o los pies. Es una enfermedad super contagiosa. El 80% de las personas que se ha enfermado se recuperan en su casa sin atención hospitalaria, los síntomas aparecen en los primeros cinco o seis días, pero puede variar entre 1 y 14 días.

Según estadísticas mundiales, han fallecido más de 1.86 millones de personas como consecuencia de este virus (Orus, 2021), por lo que el mundo debe continuar con cuidados extremos como: lavado de manos frecuentemente, no tocarse los ojos, la boca y la nariz, cubrir la boca con el codo flexionado o con un pañuelo al estornudar y posteriormente lavarse las manos, mantener distancia de un metro con las personas y utilizar mascarillas médicas (cubre bocas), en todo momento así como la utilización del desinfectante a base de alcohol (OMS, 2021).

#### Organizaciones Turísticas

Las organizaciones construyen visiones innovadoras y sistémicas y se encuentran en constante cambio y aprendizaje y se transforman según las demandas de medio ambiente y entorno social y así trasciendan (Garbanzo-Vargas, 2015).

Las organizaciones turísticas son empresas que se dedican a ofrecer y proporcionar todo tipo de servicios relacionados al turismo a los clientes actuales y potenciales con la finalidad de satisfacer todas sus necesidades y requerimientos.

Las organizaciones no trabajan de forma aislada ya que interactúan con otras, compartiendo todo tipo de procesos como intercambios, negociaciones y así funcionan y acceden a recursos para lograr sus objetivos. El sector turístico se conforma por empresas que se dedican a ofrecer productos y servicios para turistas, y el desempeño de estas no depende únicamente de cómo están influenciadas por su entorno, sino que coadyuvan las fuerzas de la naturaleza y los procesos de dirección y gestión de estas (Gutiérrez y Narváez, 2017).

En la siguiente tabla se observan los diferentes tipos de empresas dedicadas al turismo:

**Tabla 1.** Tipos de Organizaciones Turísticas

Tipo de Empresa	Características	Ejemplos
Relacionadas con el transporte de los turistas	Pueden ser líneas aéreas, de transporte (ferrocarril) de autobuses, marítimo y alquiler de autos	Comercio electrónico directo como son las agencias de viajes, líneas aéreas, de autobús, cruceros, cualquier tipo de transporte.
Dedicadas al alojamiento	Hoteles, hostales, pensiones, alquiler de apartamentos, casas rurales, campamentos de turismo, residencias, albergues juveniles, alquiler de habitaciones en casas particulares con derecho a desayuno, empresas de tiempo compartido (time sharing), entre otras.	Los webs directos de los hoteles o en su defecto agencias como bestday, airbn, tripadvisor, despegar.com, expedia, megatravel, crucerator, o directamente con las navieras, etc.
Comercializadoras, creadoras o intermediaria de bienes y servicios relacionados al turismo	Llevan a cabo la intermediación para la venta de servicios turísticos entre la compañía y el turista ofreciendo los paquetes turísticos completos, contratando en volumen los servicios para proporcionar un mejor precio a sus clientes.	Constituyen todas las agencias en línea que proporcionen todos los servicios como intermediarios entre los servicios y el cliente: agencias de viajes, webs como bestday, tripadvisor, expedia, despegar.com, megatravel, crucerator
Dedicadas a actividades recreativas.	Empresas intermediarias dedicadas a organizaciones de eventos y visitas a lugares de interés como pueden ser campos de golf, teatros, conciertos, ferias, parques, museos, etc.	Agencias de viajes y webs como bestday, tripadvisor, despegar.com, expedia, megatravel, crucerator.
Especializadas en algún segmento.	Cualquier tipo de actividad turística.	Sector privado como agencias de viajes, ticket master, etc.

Fuente: elaboración con base en Mochón (2004).

Este tipo de empresas, observadas en la tabla, en la actualidad, son sustituidas muchas veces por una sola que puede ser la agencia de viajes, que, aunque por cuestiones de precio, los turistas prefieren contratar por su cuenta su viaje e ir pagando a través de webs especializados servicios adicionales, pero en realidad se utilizan varios buscadores para poder hacer el viaje con todos los requerimientos y necesidades, dependiendo del cliente.

De acuerdo con Narváez, Fernández, y Henríquez (2013), las estrategias para desarrollar las regiones o lugares deben evolucionar en las estructuras tanto productivas como sociales de las organizaciones para interrelacionarse con los sectores público, privado y social, uniendo sus recursos y capacidades del área en el logro de objetivos conjuntos. Esto es que las empresas se desarrollen en la situación actuales de pandemia creando valor y con un liderazgo proactivo y resiliencia ante los cambios que se presenten.

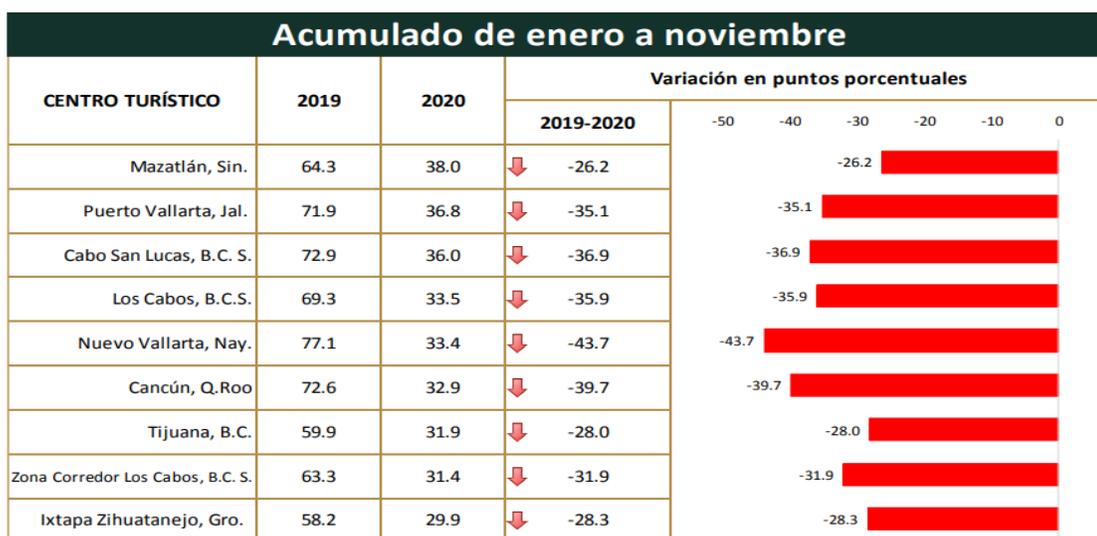
## 2. MATERIALES Y MÉTODO

Se llevó a cabo una metodología de tipo descriptivo explicativo, que busca analizar el fenómeno y explicar su relación con la realidad actual. Una investigación descriptiva es aquella que especifica las características, propiedades de los fenómenos a estudiar como personas, grupos, comunidades, procesos, que se sometan a un análisis y es explicativa por dirigirse a responder las causas de estos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se realizó un análisis de la ocupación turística en México y en España, la cual se observa en las figuras 1 y 2.

**Figura 1.** Comparativo de la Ocupación Hotelera 2019-2020

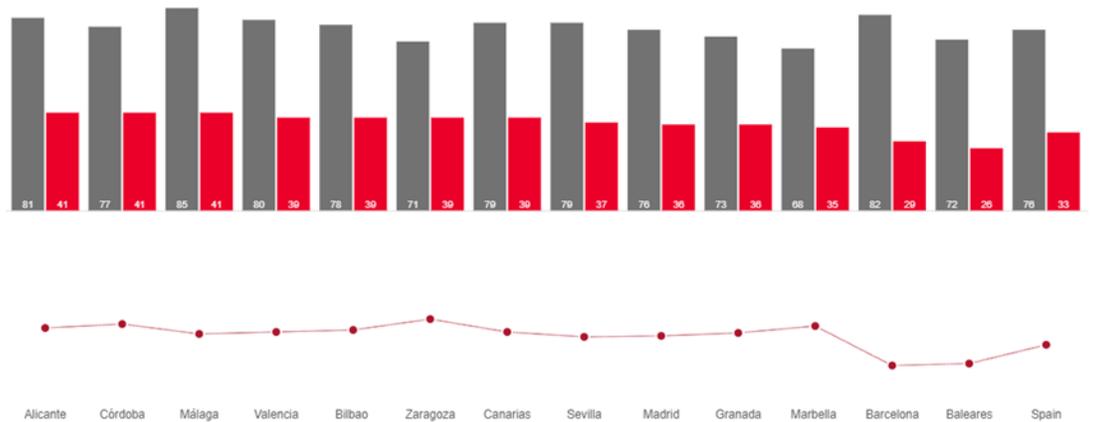


Fuente: Secretaria de Turismo (2021).

En la figura 1 se observa que el promedio de la ocupación hotelera en México el año 2019 fue aproximadamente del 67.72% y en comparación con el 2020 fue el 33.42%, representando una caída del 49.35% en la ocupación debido a la pandemia y que la orden tanto de gobierno como a nivel mundial fue “quédate en tu casa”, lo cual coadyuvó a la caída en la ocupación hotelera.

En el caso de España, cuya ocupación hotelera se cayó hasta un 56% debido a las dificultades enfrentadas en la pandemia afectando al tráfico de demanda internacional como se puede observar en la siguiente figura 2:

**Figura 2.** Comparación de la ocupación del 3er. trimestre 2019-2020 en algunos lugares de España.



Fuente: STR y Cushman & Wafield (2021)

En esta figura se observa que el promedio de ocupación es 33% en España, y estos datos son los peores en comparación con Alemania, Francia e Italia donde ya cuentan con el 80% de los hoteles abiertos a pesar de la llegada de la segunda ola del covid-19, ya que estos países su ocupación es del 40% de acuerdo con datos de STR y Cushman & Wafield (2021), y que a pesar de haber pasado por la temporada vacacional, se han seguido registrando los descensos, sin lograr recuperarse.

Para discutir la forma en la que las organizaciones turísticas trabajarán durante la pandemia, se llevó a cabo un panel mundial organizado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, siglas en inglés), para la reactivación del turismo, analizando la manera de iniciar su recuperación con 100 presidentes, consejeros delegados y líderes globales de la industria turística mundial así como la información de 33 países importantes para el mismo, con la finalidad de que tanto gobiernos como organizaciones del sector tomen decisiones respecto a la reapertura de fronteras, estudiando la demanda de viajes y eliminando las restricciones para lograr los objetivos planteados, unificando las medidas a través de un plan de acción con impacto positivo. Este foro se enfocó hacia las medidas de higiene y limpieza, la utilización obligatoria de mascarillas, la inversión en pruebas PCR rápidas para los vuelos

internacionales con una cuarentena para casos positivos y el refuerzo de protocolos y medidas sanitarias y de seguridad globales para reestablecer la confianza de los turistas (Reportur.mx, 2020).

#### Situación Financiera

En la parte financiera estas organizaciones requieren implementar algunas acciones como son: la renegociación de las rentas de los inmuebles, los contratos de gestión, contratos con los turoperadores, reestructuración financiera, mejorar el uso de sus recursos, ser resilientes a situaciones difíciles como la pandemia causada por el covid-19, la proyección de espacios con equilibrio social y sostenibilidad, la gestión proactiva hacia los clientes para lograr su fidelización, el trabajo eficiente con proveedores, así como la capacitación de los recursos humanos (Buzzi, 2020; García, 2020).

#### 4. CONCLUSIONES

De acuerdo con Gaggioli (2020) la tendencia durante la pandemia será la reactivación de los viajes de forma gradual, por lo cual, la industria hotelera tendrá que modificar sus protocolos con altas medidas de seguridad con procedimientos de seguridad y mantenimiento, así como procesos estandarizados de recepción. Se iniciará con grupos de viajeros muy pequeños.

Mckinsey & Company (2020), empresa consultora, afirma que el turismo tendrá una recuperación muy lenta debido a que existe poca demanda para viajar, ya que los turistas están interesados en viajar cuando ya no existan restricciones, porque sí quieren viajar, pero se sienten frenados, debido a que en muchos lugares existen demasiadas restricciones por el covid-19, como resultado el precio ha dejado de ser un factor influyente en esta época, siendo lo más importante la confianza del turista, y es por ello que las compañías deben observar el cambio de comportamiento de la industria, diseñar las experiencias para clientes no convencionales, restaurando la seguridad del viajero, dirigiendo la industria hacia la sostenibilidad financiera.

En esta parte cabe mencionar que sí se puede viajar con todos los protocolos de seguridad, asistiendo a restaurantes con un nuevo concepto de buffet (en el cual la persona es atendida por otra, con todos los protocolos de seguridad como son las mascarillas y los cubrebocas); lo importante para lograr que el turismo vuelva a la normalidad, es que los turistas “ acepten ” la nueva normalidad de distanciamiento social y respeten todas las restricciones, como son la toma de temperatura, el uso de gel antibacterial, que se cierren rápido muchos lugares debido a que se acepta un mínimo de personas y un ejemplo son los museos, visitas a castillos, lugares cerrados en los que no exista mucha oxigenación y que sean peligrosos para visitar mientras exista el covid-19, mientras que todo lo que se relacione a espacios abiertos, como es el turismo de aventura, sol y playa, ecoturismo, agroturismo, turismo deportivo, cicloturismo, de montaña, etc., si se visite siempre y cuando no existan aglomeraciones de personas, así como la utilización de la digitalización en cuestiones de pago, recibos, etc.. Y en la parte financiera llevar a cabo renegociaciones con los alquileres y todo tipo de deudas.

### ¿Cómo están trabajando las organizaciones turísticas?

Con medidas que permiten ofrecer un servicio de calidad con la apertura de hoteles de acuerdo con sus reservas, y garantizando la seguridad e higiene con su experiencia, con pulverizadores electrostáticos para desinfectar y limpiar superficies, con expertos en medicina en cuanto a diseño de protocolos de sanitización (medida de temperatura, uso de gel y /o alcohol, etc.), utilización de desinfectantes fuertes, considerándose la limpieza el indicador más importante, en época de pandemia; los viajes de tipo corporativo son los más estables y aunque han sido desplazados por las juntas virtuales, todavía se llevan a cabo; los viajes de ocio son los más afectados por las restricciones de cada territorio, mientras que el turismo en donde no existe la masificación es el menos afectado, es importante destacar que seguirán avanzando en la planeación e implementación de protocolos de seguridad sanitaria (Calero, Preciados y Águila, 2020; Jones Lang LaSalle IP, Inc. 2021 ). En esta parte es importante destacar que las organizaciones están realizando un desarrollo organizacional que de acuerdo con Díaz (2019) es la actividad y área del conocimiento centrado en el cambio, comprensión, transformación e innovación de procesos que se llevan a cabo en las organizaciones laborales.

Díaz (2019) afirma que en la sociedad actual se redefinen los patrones de estabilidad y el cambio es necesario debido a situaciones donde el presente se conoce y el futuro no. Y es así como surgen los llamados Hoteles Covid Free, con estrictas medidas de seguridad y limpieza, que otorgarán confianza a los turistas, garantizando salud tanto para los trabajadores como a los clientes y contarán como un sistema de manejo de espacios en cuanto a la realización de las comidas; todos llevarán el sello "libre de covid" con una nueva filosofía enfocada a la salud, con información sobre los productos y desinfectantes utilizados y con las medidas de distanciamiento social, siendo también la tecnología fundamental con la creación de aplicaciones móviles para los mismos (Adamuz, 2020).

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Adamuz, J.A. (2020). *Así serán los hoteles tras el coronavirus*. Viajes National Geographic. Disponible en: [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/asi-seran-hoteles-tras-coronavirus\\_15448](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/asi-seran-hoteles-tras-coronavirus_15448)
- Buzzi, L. (2020). *Incertidumbres y realidades cuando pase el COVID-19 en el sector hotelero*. KPMG tendencias. Disponible en: <https://www.tendencias.kpmg.es/2020/03/incertidumbres-realidades-sector-hotelero-covid-19/>
- Calero, C., Preciados, J.A. y Águila, J. (2020). *Perspectivas económicas del Operador Hotelero ante la covid-19*. Deloitte. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/financial-advisory/Deloitte-ES-financial-advisory-sector-hotelero-tiempos-covid19.pdf>
- Díaz, M. (2019). Estudio preliminar sobre desarrollo organizacional y cambio planeado en una organización del sector de los servicios. *Universidad de La Habana*, (288), 245-260. Epub 01 de septiembre de 2019. Recuperado en 25 de enero de 2021, de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0253-92762019000200245&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762019000200245&lng=es&tlng=es)

- Garbanzo-Vargas, G. (2015). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Revista Educación* 40(1), 67-87, e-ISSN: 2215-2644, DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/revedu.v40i1.22534>.
- Gaggioli, A. (2020). *Tendencias de la industria hotelera en 2021*. Disponible en: <https://www.cloudbeds.com/es/articulos/tendencias-industria-hotelera-viajes/>
- García, M.A. (2020). *Un nuevo sol para el turismo*. KPGM Tendencias. Disponible en: <https://www.tendencias.kpmg.es/2020/11/un-nuevo-sol-para-el-turismo/>
- Gutiérrez, M., & Narváez, M. (2017). Entorno y relaciones entre empresas turísticas del municipio Carirubana, península de paraguaná. *Negotium*, 13(38),17-32. [fecha de Consulta 21 de Enero de 2021]. IDisponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=782/78253678002>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ed. McGraw-Hill. México, D.F. 6ta. Ed.
- Jones Lang LaSalle IP, Inc. (2021). *Los hoteles se están preparando para un futuro informado sobre COVID-19*. Disponible en: <https://www.jll.com.mx/es/trends-and-insights/investor/los-hoteles-se-estan-preparando-para-un-futuro-informado-sobre-covid-19>
- Mckinsey & Company (2020). *The travel industry turned upside down: Insights, analysis, and actions for travel executives*. Report. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/the-travel-industry-turned-upside-down-insights-analysis-and-actions-for-travel-executives>
- Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U
- Morfin, M.C.M. (2020). *Impacto en las empresas hoteleras y restauranteras ante una pandemia mundial*. Universidad de las Américas Puebla. Disponible en: <https://contexto.udlap.mx/impacto-en-las-empresas-hoteleras-y-restauranteras-ante-una-pandemia-mundial/>
- Narváez, M.L., Fernández, G., y Henríquez, A.T. (2013). Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXI(1),243-260.[fecha de Consulta 22 de Enero de 2021]. ISSN: 0121-6805. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=909/90928088013>
- Orus, A. (2021). *Número de personas fallecidas a causa del coronavirus en el mundo a fecha de 5 de enero de 2021, por país*. Statista. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/1095779/numero-de-muertes-causadas-por-el-coronavirus-de-wuhan-por-pais/>

Organización Mundial de la Salud (OMS) (2021). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Disponible en: [https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=CjwKCAiA6aSABhApEiwA6Cbm\\_z1K7rHdPDjZNFb7rgMJ8N505noWHwPZEPw4-81rOr0-ieo0j19cxoCV0kQAvD\\_BwE](https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=CjwKCAiA6aSABhApEiwA6Cbm_z1K7rHdPDjZNFb7rgMJ8N505noWHwPZEPw4-81rOr0-ieo0j19cxoCV0kQAvD_BwE)

Reportur.mx (2020). Líderes turísticos mundiales piden al G-7 un plan en auxilio del sector. Disponible en: <https://www.reportur.com/sin-categoria/2020/08/16/ceos-la-industria-nivel-mundial-alzan-la-voz-auxilio-al-sector-viajes/>

Secretaria de Turismo (2021). *Reporte Monitoreo Hotelero 70 Centros Turísticos Noviembre 2020*. Datatur, Análisis integral del Turismo. [fecha de Consulta 22 de Enero de 2021]. Disponible en: [file:///E:/2021/2020-11\\_rpt\\_ocupacion.pdf](file:///E:/2021/2020-11_rpt_ocupacion.pdf)

STR y Cushman & Wafield (2021). Barómetro Hotelero Q3 2020. En Cushman & Wafield. Disponible en: <https://www.cushmanwakefield.com/es-es/spain/news/2020/10/barometro-hotelerero>