

# EL RETORNO DE LA INDUSTRIA MICE EN MEDELLÍN A LA NUEVA NORMALIDAD

Diana Carolina Chacón Coronado

Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad, Universidad Politécnico Grancolombiano

Negocios Internacionales

Mayo 2021

## INTRODUCCIÓN

Las dinámicas económicas de los países en el mundo han venido cambiando y es así como el 2020 se convirtió en un año que estuvo marcado por la crisis que generó la pandemia del Covid-19, si bien ya se cuenta con las vacunas para tratar el virus, es importante resaltar que solo se podrá superar esta pandemia una vez se logre la vacunación de la mayor parte o total de la población y, mientras esto ocurre, la dinámica de los diferentes países será muy parecida a lo vivido en el año 2020, en un marco de cierres parciales, autocuidado, colapsos momentáneos del sistema de salud y economías que tienen una recuperación lenta.

La industria del turismo fue una de las más golpeadas por la pandemia, debido a los constantes cierres de fronteras y cuarentenas en las que han entrado todos los países en el mundo, según el World Travel and Tourism Council, el 2020 presentó un decrecimiento del 50% del ingreso del PIB mundial pasando del 10.4% cierre 2019 al 5.5% cierre 2020 (World Travel & Tourism council, 2021). Dentro de este mercado se encuentra el segmento de turismo de reuniones más conocido como MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*), en el que se enfocará esta investigación, entendiendo que es el turismo que se realiza alrededor de los grandes eventos de los países, teniendo como característica que los productos que se diseñan son a medida en función de las infraestructuras y atractivos que ofrece el destino, se concentra en grandes urbes ofreciendo un abanico de alternativas muy amplio para los visitantes. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019)

Esta investigación está compuesta por 4 capítulos, en cada capítulo se abordarán los hechos más importantes y los sectores más golpeados por el virus, comenzando desde una perspectiva macro, desarrollo y afectación de los mercados internacionales, sectores como el turismo que fue sin duda el más perjudicado debido a los cierres de los países; en una segunda instancia se tomarán las afectaciones a la región de Latinoamérica y el caribe; tercero, cómo se desarrolló el virus y afectó el mercado colombiano; finalmente se desarrolla el tema de esta investigación, entendiendo el concepto MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) y cómo esta industria se vio afectada por el Virus SARS-COV2, asimismo, se contemplan las afectaciones que esta industria tuvo en la ciudad de Medellín, con el objetivo de buscar el retorno de ésta a la nueva normalidad en la ciudad, además, teniendo como base, casos de éxito de otros países que ya comenzaron su reactivación en este sentido, es importante tener en cuenta que tomarán los detalles que puedan

adaptarse a la ciudad, considerando que existen diferencias culturales, demográficas, políticas y sociales.

Esta investigación arrojó como resultado la crisis profunda en la que ha entrado cada una de las regiones del mundo por cuenta de la pandemia, todos los países sin excepción han visto afectaciones en sus economías por cuenta del Covid-19 y no existe un plan de recuperación de la economía certero.

Finalmente, cada uno de los gobiernos en el mundo tendrá que trabajar de la mano con los sectores económicos para poder encontrar una mejor alternativa y de esta manera mitigar las pérdidas ante una situación que se estima que estará presente por un tiempo prolongado.

### **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

El 2020 fue un año marcado por retos y cambios para el planeta, con la llegada del virus SarsCov2 la dinámica del mundo no pudo volver a ser la misma, los gobiernos de todos los países se vieron enfrentados a manejar una problemática que, si bien no es nueva en la historia de la humanidad, ha traído muchos desafíos para el modelo económico actual, haciendo frente a la más grande crisis económica desde 1870 (Banco Mundial, 2020), según el Fondo Monetario Internacional la economía mundial cerró el 2020 con PIB de -3.3%, cifra nunca antes vista desde en la historia reciente (Fondo Monetario Internacional, 2021)

Dentro del proceso de investigación realizado, se han planteado las situaciones por las que ha pasado el mundo y la industria del turismo como consecuencia del virus SARS-Cov 2, esta situación ha llevado a plantearse la pregunta principal en la que se enfoca esta investigación ¿Cómo podrán retomar las actividades empresas del sector MICE ante la nueva normalidad?

### **JUSTIFICACIÓN**

Los negocios internacionales abordan muchas áreas del conocimiento, donde el turismo es una de ellas, específicamente esta investigación hace referencia al segmento MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*), el cual está relacionado con el turismo de reuniones, siendo el segmento turístico más empresarial (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019); según el IBTM (*The Global Meetings & Incentives Exhibition*) en el año 2018, 6 países tenían el 97% del mercado de habla hispana, donde Colombia ocupaba el 5° lugar con 5% del mercado distribuido en 72% empresas y 28% agencias y donde el primer lugar es ocupado por España con 37% del mercado, distribuido en 51% empresas contratantes y 49% de agencias de viaje especializadas (The

Global Meetings & Incentives Exhibition, 2018), asimismo, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el sector MICE es el segundo mayor generador de divisas en Colombia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Este país suramericano tiene mucho potencial para esta industria, teniendo en cuenta el crecimiento que ha tenido en los últimos años y la inversión que ha realizado en la implementación de centros de reuniones como el Ágora en Bogotá o Plaza Mayor en Medellín, le ha permitido ubicarse en el 3° puesto de países latinoamericanos en realización de eventos (Eventos Latinoamericanos, 2020), esto refleja la importancia que esta industria ha venido adquiriendo en el país y, sobre todo, en las ciudades que albergan los grandes eventos en Colombia, asimismo se destaca cómo gracias a los eventos realizados por esta industria se benefician sectores como la gastronomía, hotelero y aéreo. Los sitios de interés y culturales de las ciudades tienen un rol fundamental para la atracción de estos turistas, con el objetivo de un futuro regreso con fines de placer.

Según el IBTM *The Global Meetings & Incentives Exhibition*), el 75% de las empresas suele repetir el destino del evento, y uno de los aspectos más importantes a la hora de escoger dicho destino es el precio de los tiquetes aéreos (The Global Meetings & Incentives Exhibition, 2018).

Según Procolombia en el ITBM World Virtual feria de turismo que se llevó a cabo en Barcelona de manera virtual entre el 8 y 10 de diciembre 2020, Colombia fue un país destacado que despertó el interés de inversionistas de, por lo menos, 13 países entre los que se destacan Turquía, Alemania, Francia, Reino Unido y Rusia, lo que dio como resultado 85 citas de empresarios de los diferentes países interesados (Procolombia, 2020)

El 80% de la demanda de este sector se encuentra entre las ciudades de: Bogotá, Cartagena y Medellín con una capacidad instalada para los eventos del 50% y cumpliendo todos los criterios de selección entre los que se encuentran: Recintos, Aeropuertos Int., Hoteles, Corredores logísticos, entre otros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019). Es así como Medellín es la tercera ciudad más importante en el sector MICE en Colombia y donde se llevan a cabo eventos como Colombiamoda (feria textil más importante de América Latina) el cual generó más de 317 empleos directos y 2.400 indirectos en el año 2018 (Inexmoda, 2018), gracias al trabajo que se ha realizado en el cumplimiento de los planes estratégicos junto con el gobierno local y departamental, Medellín se consolidó para el año 2020 como la 10° ciudad Latinoamericana más importante del sector.

## OBJETIVOS

### 1. General:

Recopilar las estrategias existentes con potencial para favorecer el sector MICE en la nueva normalidad.<sup>1</sup>

### 2. Específicos:

Para desarrollar este objetivo principal se tendrán en cuenta los siguientes ítems:

1. Analizar el impacto del Covid – 19 en el sector MICE en la ciudad de Medellín
2. Identificar estrategias que permitan reactivar el Sector MICE
3. Realizar recomendaciones a las empresas del sector MICE para tener una apropiada reactivación

## MARCO TEÓRICO

Dentro de la literatura obtenida en el estudio, se puede identificar que los autores implementaron los siguientes métodos de investigación: cuantitativo, cualitativo y mixto, asimismo, se basaron en investigaciones de datos en entidades gubernamentales y entrevistas a las diferentes empresas que hacen parte de la cadena de suministro.

(Aburumman, 2020) define la industria MICE como la contribución a la diversificación económica, estimulando activamente el uso de los recursos recreativos, culturales, históricos y naturales; la pandemia ha tenido efectos devastadores en la economía mundial, especialmente en el sector del turismo, según (Jin, Webber, & Bauer, 2013) la industria MICE se ha convertido en un sector vital del turismo de negocios, afirmación que es apoyada por (Tyagi & Saexa, 2020) quienes sostienen que el sector del turismo es responsable del desarrollo de varias ciudades en términos de infraestructura, transporte y sostenibilidad del medio ambiente.

Continúa Aburumman (2020) explicando cómo esta industria venía en crecimiento, apoyado en datos de entidades como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico; también, a nivel nacional se puede contrastar con información de entidades como el Departamento Nacional Administrativo de

---

<sup>1</sup> La nueva normalidad son las condiciones de vida que se tendrán después de la apertura económica en convivencia con el Covid - 19

Estadística y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quienes afirman que el año 2019 fue el año con más crecimiento en la industria y las proyecciones hacia el 2020 eran positivas.

Sin embargo, un número importante de autores coinciden en que el sector fue afectado de una manera sin precedentes por las cuarentenas y restricciones tanto de movilidad como fronterizas, provocadas por el Covid-19, (Tyagi & Saexa, 2020) manifiestan cómo la resiliencia que ha tenido este mercado a lo largo de los años ante diferentes crisis que han sufrido los países, se convierte en un factor fundamental para renovarse, definiendo resiliencia como “la capacidad de un sistema socio ecológico para absorber perturbaciones y reorganizarse a sí mismo después de un evento desencadenante” y donde (Santus Kumar & Shoel, 2020) afirman que, gracias a la resiliencia el sector puede tener una recuperación rápida una vez empiecen las aperturas de las diferentes economías.

En el análisis de la literatura se halló que el tema de la higiene y seguridad de las personas asistentes tiene que ser el foco del retorno de esta industria, con iniciativas como el sello “*Covid Free*”, refiriéndose a la exigencia por parte de los turistas de la implementación de protocolos de bioseguridad que incluye el uso de insumos como tapabocas para llevar a cabo las actividades, así como distancias cortas entre el sitio del evento y los hoteles y restaurantes (Nair & Sinha, 2020), finalizan (Tyagi & Saexa, 2020) los cuales manifiestan que esta pandemia se presenta como una oportunidad para reinventar y transformar la vista y el manejo de esta industria.

Otra alternativa que surge para la pronta reactivación del sector está asociada al término “Eventos Híbridos”, que hace referencia a los eventos que tienen componentes virtuales y presenciales; en este modelo, varias personas pueden estar presentes en una ubicación física, garantizando los protocolos de bioseguridad vigentes (como distanciamiento físico, uso de tapabocas, sistemas de circulación del aire, entre otros) mientras que la audiencia en general asiste al evento de forma remota (Congrex, 2020), esta teoría de retorno es mencionada por todos los autores de la literatura encontrada.

## **METODOLOGÍA**

Esta investigación se realizó bajo un modelo mixto explicativo, esto es, hacer uso de información cualitativa para explicar los datos cuantitativos; por lo tanto, se realizó búsqueda de información en fuentes oficiales del gobierno de Colombia, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Sistema de Indicadores Turísticos (SITUR), entre otros.

Asimismo, se realizó una revisión estructurada de la literatura siguiendo los criterios que se describen a continuación:

1. Se tuvo en cuenta las siguientes palabras clave (*Key Words*): MICE, Covid 19, Event Tourism, Tourism, MICE Industry.
2. Se realizó búsqueda en la base de datos bibliográfica Scopus con las palabras clave, "COVID 19" AND "TOURISM" AND "MICE", limitando los resultados a los siguientes filtros: área de estudio: negocios y ciencias sociales; idioma: inglés, obteniendo como resultado 2 documentos que fueron estudiados y fue incluido 1 dentro de este estudio:
  - COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry
3. Se realizó búsqueda en la base de datos "Descubridor de datos" con las palabras clave, "MICE" AND "Tourism", limitando a los siguientes filtros: Texto completo; fechas: 2019 - 2021; Tipos de recurso: Publicaciones académicas, informes, publicaciones profesionales; Materia: Tourism; Idioma: inglés y español, obteniendo como resultado 107 documentos y solo 3 de ellos fueron incluidos dentro de este estudio:
  - Impact of Covid - 19 on Inbound Tourism in India
  - Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam Its influences on the actors in the tourism business activity
  - The effect of strategic foresight on tourism marketing after COVID-19
4. Se realizó una nueva búsqueda en la base de datos "Descubridor de datos" con las palabras clave, "MICE" AND "TOURISM" AND "COVID19", limitando a los siguientes filtros: Texto completo; fechas: 2019 -2021; Tipos de recurso: Publicaciones académicas, informes, Publicaciones profesionales, Revistas; Materia: Covid-19, Turismo, finanzas; Idioma: inglés y español, obteniendo como resultado 49 documentos y solo 1 de ellos fue incluido dentro de este estudio:
  - Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín
5. Se complementó la búsqueda anterior en "Descubridor de datos" con las palabras clave, "MICE" AND "EVENT TOURISM" AND "COVID19", limitando a los siguientes filtros: Texto completo; fechas: 2019 -2021; Tipos de recurso: Publicaciones académicas, informes, Publicaciones profesionales; Materia: Covid-19, SarsCov 2, Turismo, convenciones y

conferencias; Idioma: inglés y español, obteniendo como resultado 56 documentos y 5 de ellos fueron incluidos dentro de este estudio:

- Impact of Covid-19 Pandemic on tourism: Recovery proposal for future tourism
  - Time for Reset? Covid-19 and Tourism Resilience
  - Covid-19 And Future Travel Decisions: How do the destination-choice-based motivators redefine tourist's choices?
  - A study on impact of lockdown on tourism and post lockdown expectations of tourists
  - Developing a sustainability strategy for Taiwan's tourism industry after the COVID-19 pandemic
6. Se complementó la búsqueda con información de las páginas web de: ICCA (International Congress and Conventions Association), DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), SITUR (Sistema de Indicadores Turísticos de Colombia), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Observatorio Turístico de Medellín, Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Banco Interamericano de Desarrollo, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Organización para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Presidencia de la república, Alcaldía de Medellín, World Travel & Tourism Council, PROCOLOMBIA, Inexmoda, BBC News, CNN News, IBTM.

### **Capítulo I, Crisis económica mundial y Covid -19**

Desde finales de 2019, el mundo enfocó su atención en Wuhan - China, ante una alerta de neumonía desconocida y contagiosa, la cual no era posible tratar con medicamentos debido a su resistencia a los mismos; como consecuencia, las personas empezaron a morir a causa de este virus del que no se tenía ninguna información. La alerta aumentó cuando, no solo en China sino en varios países alrededor del mundo, empezaron los síntomas de este virus.

En la medida que el virus avanzaba, los diferentes países se vieron obligados a cerrar sus puertas e imponer cuarentenas para prevenir la propagación, mientras se tenía más información acerca de este virus mortal. Finalmente, la OMS informó que se trataba de una variante del virus SARS, el cual es denominado SARS-Cov 2, causante de la enfermedad Covid-19 y declaró la emergencia internacional de salud pública el 30 de enero de 2020 (Noticias CNN en español, 2020)

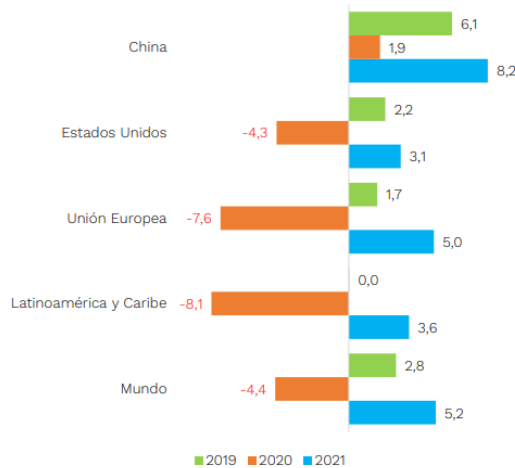
Rápidamente, el mundo se vio sumido en una situación de cierres sistemáticos para controlar los brotes que dejaban cientos de muertos diariamente y las Unidades de Cuidados Intensivos colapsadas, los gobiernos se vieron obligados a buscar un equilibrio entre la salud pública y la



economía, debido a que no se contaba con una vacuna cercana y a que las cuarentenas implicaban el cierre de todo el comercio y, como consecuencia, una grave crisis económica, “la peor recesión desde la segunda guerra mundial” (Banco Mundial, 2020)

La economía mundial se vio afectada a raíz de las cuarentenas y medidas implementadas por los gobiernos para evitar aglomeraciones y prevenir los contagios del virus; la economía de algunos países se afectó a tal punto de entrar en recesión. Se puede evidenciar en el gráfico 1 el impacto del virus en la economía mundial, donde la región más afectada fue Latinoamérica y Caribe con una contracción del -8.1% de su economía frente a una lenta recuperación de 3.6% estimada para el 2021, seguida por Unión Europea con -7.6% y una recuperación del 5% para el 2021. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

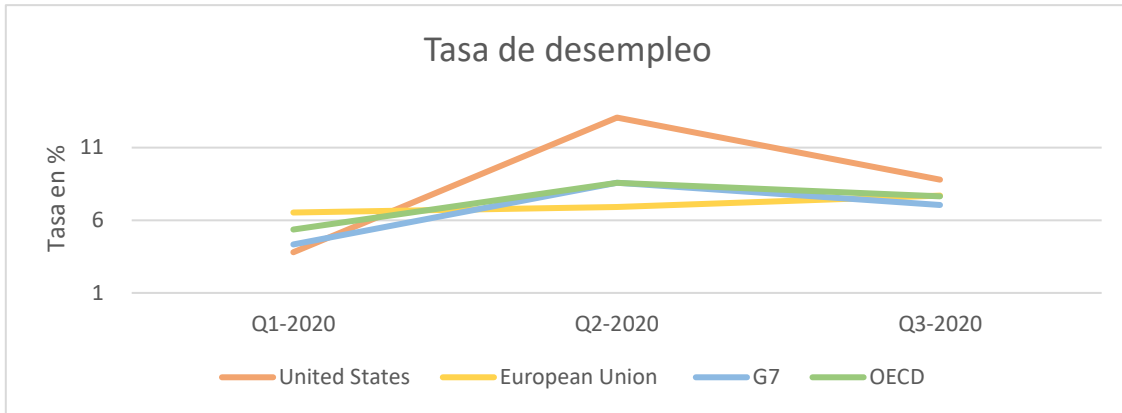
Gráfico 1 Decrecimiento en el PIB de las regiones 2020



Fuente: FMI. Perspectivas de la economía mundial.

En los mercados laborales del mundo, se encuentran las afectaciones por Covid-19 reflejadas en tasas altas de desempleo, sobre todo para el segundo cuatrimestre del 2020 (Q2), momento en que se intensifican los confinamientos en diferentes países, como se puede observar en el gráfico 2, los 37 países pertenecientes a la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) sufrieron crecimientos en sus tasas de desempleo en diferentes intensidades pero todas siendo afectadas por la pandemia.

Gráfico 2 Desempleo de Grandes Economías y Países del OECD



Fuente: OECD, marzo 2021

Según el Fondo Monetario Internacional, algunas industrias tales como aerolíneas, hosterías, y servicios de consumo, repuntaron a finales del año 2020, creando en los inversionistas una orientación hacia el impulso de estos sectores, adicionalmente, como parte de la estrategia hacia la reactivación de la economía, las tasas de interés han bajado hasta niveles históricos y las ayudas por parte de organismos mundiales, como acceso a los créditos de una manera más ágil para poder atender la crisis sanitaria en los diferentes países. (Fondo Monetario Internacional, 2021)

Sin embargo, el acceso y la distribución desigual de las vacunas en los diferentes países empieza a marcar un nuevo reto para la reactivación económica, ya que no se daría en los tiempos que se tienen establecidos, generando un retraso en la obtención de la inmunidad de rebaño que tanto anhelan todos los países y por ende una lenta recuperación de la economía. (Fondo Monetario Internacional, 2021)

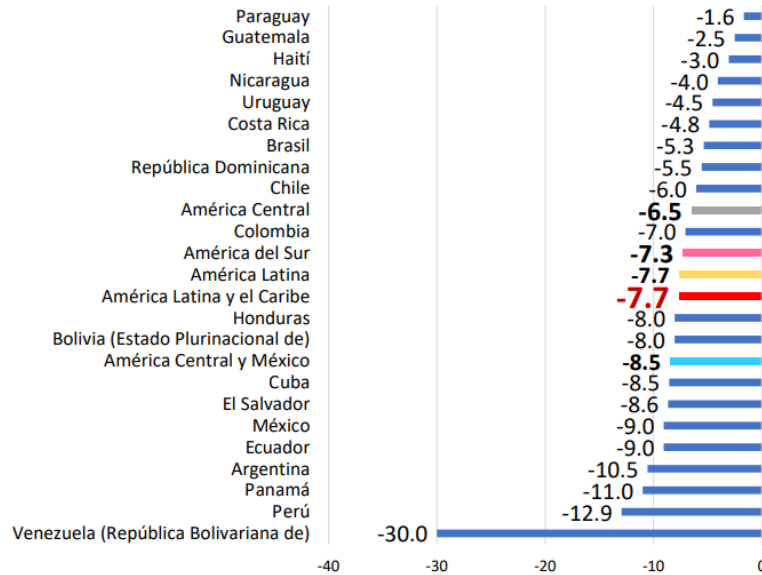
**Capítulo II, Región de Latinoamérica y el Caribe frente al Covid-19**

La llegada del virus a la región de Latinoamérica y el Caribe se dio, según la agencia de noticias BBC, el 26 de febrero del 2020, (BBC Noticias, 2020) lo que obligó a los países de la región, al igual que otros en el mundo, a tomar medidas de contención como cuarentenas estrictas, cierres de fronteras y comercios, afectando seriamente la economía de la región y enfrentándola a un panorama de recesión menos alentador que otras regiones del mundo.

La pandemia del COVID-19 impactó América Latina y el Caribe en un momento de debilidad de su economía y de vulnerabilidad macroeconómica, como se puede observar en el gráfico 3, el PIB de la región, al cierre del 2020 muestra cifras negativas para todos los países pertenecientes a esta,

afectando unos más que otros y ubicando la región en un promedio de decrecimiento del Producto Interno Bruto de -7.7%. (Comision Economica para America Latina y el Caribe, 2020)

Gráfico 3 América Latina y el Caribe: proyección de la tasa de variación del PIB,2020 (En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras oficiales

Esto trae consecuencias devastadoras para el desarrollo de los países, según la CEPAL, Latinoamérica está en la peor crisis de los últimos 120 años y, si bien, las proyecciones para el 2021 son positivas, está lejos de llegar a las cifras del 2019 Pre pandemia, sin contar con la aceleración desmesurada de la pobreza, que deja para el año 2020 un 5.3% más pobreza (se estima que alrededor de 30 millones de personas entrarían dentro de este indicador a causa de la pandemia). (Comision Economica para America Latina y el Caribe, 2020)

Ahora bien, si se toman indicadores como el desempleo, se evidencia cómo fue golpeado con fuerza por el Covid-19, estimando un cierre de 2.7 millones de empresas en la región, afectando en gran medida a las Pymes y microempresas por el peso que tienen dentro de la dinámica económica de los diferentes países, para el cierre del año 2020 el desempleo se ubicó en el 11.5%, lo que indica un crecimiento de 3.4 puntos porcentuales con respecto al 2019, así las cosas el número de desempleados en América Latina está alrededor de 37.7 millones de personas, siendo el turismo el sector más afectado por la pandemia (Comision Economica para America Latina y el Caribe, 2020), los despidos y cierres de las industrias en la región hacen que sea más difícil la recuperación de los países una vez se logre superar esta pandemia, dejando las estimaciones entre 4 y 8 años para lograr una recuperación de la economía.

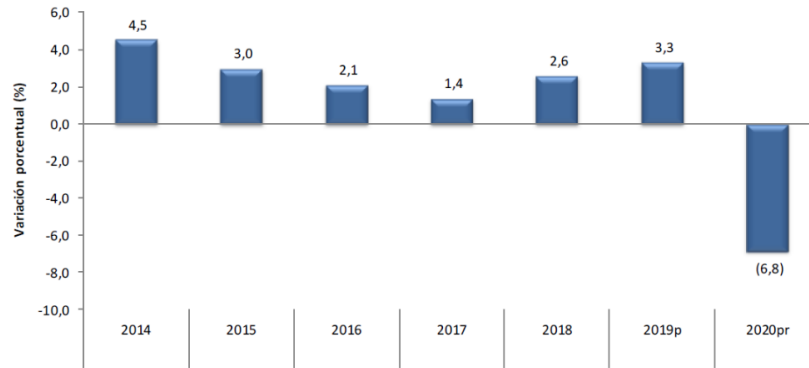
El sector turismo fue de los más golpeados y hay que tener en cuenta que la recuperación del sector depende 100% de la apertura de las fronteras de los países. Para el año 2020 según el World Travel & Tourism Council (2021) las pérdidas para Latinoamérica se ubican en 110 billones de dólares, aportando 41.1% en la caída del PIB mundial, asimismo, una reducción del 23.4% de los empleos a nivel mundial; por otra parte se registró una reducción entre el 20% y 30% en el ingreso de pasajeros en la región, lo que significa un decrecimiento en los ingresos por este concepto que se puede estimar en 2.5 puntos porcentuales del PIB (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2020) con la lenta distribución de las vacunas para Latinoamérica y planes de vacunación no eficientes, los cierres y restricciones se seguirán presentando, abriendo aún más la brecha para este sector y su recuperación.

### **Capítulo III Colombia y la batalla contra el Covid -19**

Previo a la pandemia, la economía colombiana estaba en fase de recuperación, en el 2019 se registró la mayor tasa de crecimiento desde el 2014 (3.3%) (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020), superando por un margen de tres puntos porcentuales el promedio de América Latina, sin embargo, en el año 2020 el país enfrenta la crisis más devastadora de la historia por cuenta del Covid -19, obligando al gobierno a imponer restricciones a la movilidad y al cierre de fronteras. Como resultado, el PIB para Colombia en el 2020 cerró con un decrecimiento del -6.8%, según cifras del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en el gráfico 4 se puede observar cómo fue el comportamiento del PIB de los últimos 7 años, evidenciando las consecuencias de la pandemia y resaltando que el decrecimiento no fue más alto debido a la apertura del comercio que se dio desde el mes de octubre, lo que permitió una pequeña recuperación de la vida productiva y generando ingresos que finalmente permitieron que esta cifra no cerrara en -8.2%, que era la estimación de la entidad para diciembre de 2020. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021)

Este resultado es consecuencia de la afectación de las diferentes actividades económicas que la componen, siendo el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida, las actividades que más contribuyeron a este resultado, (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021)

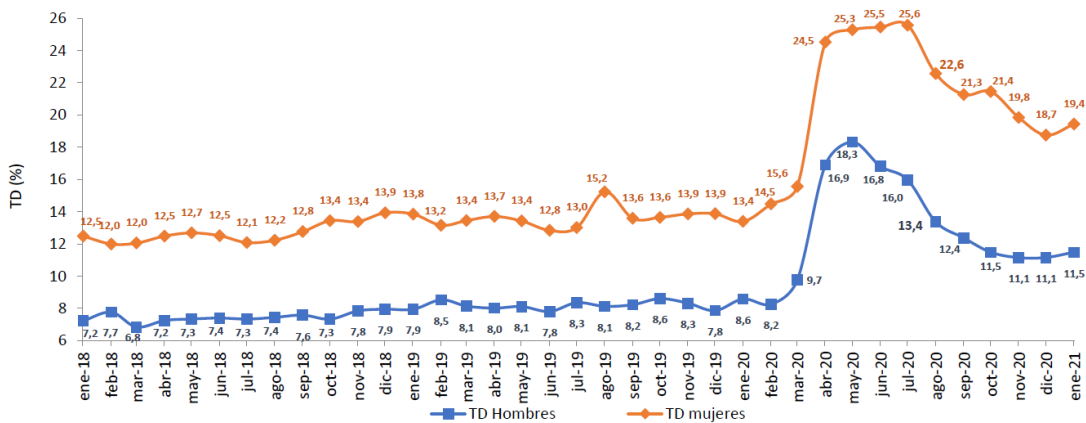
Gráfico 4 Contracción PIB Colombia, diciembre 2020



Fuente: DANE, Comunicado de prensa Producto Interno Bruto

Por su parte, según el DANE la tasa de desempleo cerró el 2020 en el 14.4%, cuatro puntos porcentuales por encima del 2019, sin embargo, si se observa para las áreas metropolitanas de Colombia hay un incremento al cierre del año 2020 con un 16.4%, es decir, que hay una mayor desocupación en las principales ciudades y una recuperación lenta de los empleos por la reactivación, ahora bien, si se observa el desempleo por género, en la gráfica 5 se puede evidenciar que la mayor afectación la tienen las mujeres, que para el mes de julio de 2020 tuvieron una tasa de 25.6% frente a los hombres con 16%, cerrando el año con una tasa de desempleo de 18.7% para las mujeres y 11.1% para los hombres, aumentando los niveles de informalidad en 2 puntos porcentuales. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021)

Gráfico 5 Tasa de desempleo según sexo



Fuente: DANE, Informe Mercado Laboral

Con el fin de mitigar las pérdidas que se estaban generando por cuenta de la pandemia, el gobierno solicitó a entidades internacionales préstamos y ayudas para poder sostener la economía y poder brindar, junto con el sector privado y público salvamentos para las personas y empresas, (Presidencia de la Republica de Colombia, 2020) entre las ayudas se tienen:

- **Ingreso Solidario:** Subsidio para las personas en situación de pobreza y vulnerabilidad y que no estén siendo beneficiadas por cualquier otro programa del gobierno.
- **Programa de Apoyo al Empleo Formal:** El gobierno otorgará mensualmente, y hasta por 3 veces, un aporte correspondiente al 40% del salario mínimo.
- **3 días en el año para compras sin IVA:** Se exceptúan varios productos de IVA durante tres días del año 2020
- **Condonación de intereses de mora:** Se les dará la oportunidad a las personas morosas de pagar el 80% de la deuda a capital
- **Exoneración de retención en la fuente y modificación de las fechas para pago de impuestos**

A todo esto, se suma que el Banco de la República bajó las tasas de interés para fomentar el crédito y la reactivación a cifras históricas pasando según el Ministerio de Comercio, industria y Turismo de 4.25% en el 2019 al 1.75% para noviembre de 2020. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Vale la pena indagar sobre las pérdidas que tuvo el sector del turismo durante la pandemia en Colombia, ya que este sector fue uno de los primeros en ser impactados negativamente con las medidas que tomó el gobierno nacional para prevenir los contagios masivos por Covid-19, este sector aportó según el DANE un 15.1% de la caída del PIB para el 2020 (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021), asimismo, el 92.7% de los prestadores de servicios de turismo son microempresas, las cuales se vieron afectadas por las medidas del gobierno y registraron pérdidas por encima del 60% de sus ingresos, siendo Antioquia uno de los departamentos más afectados con pérdidas superiores a los 44.100 millones de pesos al mes de mayo del 2020 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020), es importante tener en cuenta que la reactivación de este sector depende directamente de las restricciones y cierres de fronteras de Colombia, así pues, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los visitantes no residentes en Colombia en noviembre de 2020 cayeron un 78,2% con respecto al año anterior, mientras que el decrecimiento en los viajes y transporte fueron del -66.8% que representan aproximadamente 3.200 millones de dólares (Ministerio de Comercio, Industria y Comercio, 2020),

para concluir que las pérdidas económicas en el sector sean de aproximadamente USD 83.905.130 (International Congress and Convention Association, 2020)

#### **Capítulo IV Industria MICE**

Para empezar a hablar del contexto de esta industria y su afectación por la pandemia, el turismo MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) hace referencia al segmento del turismo de negocios y eventos, el cual tiene como cliente principal las empresas. Esta industria ha desarrollado la gestión y la promoción de una red de contactos empresariales con temas específicos, bien sea de negocios o de incentivos que corresponde a la parte de ocio por parte de las empresas, así mismo, es considerado como uno de los ingresos importantes para los países dentro del sector del turismo. Además, es un generador de ingreso para otros sectores como lo son restaurantes, hoteles, transportes y tiendas debido al consumo que tienen estas personas en las visitas realizadas.

Los países deben contar con una buena oferta para los clientes, bien estructurada en temas de gastronomía, infraestructuras para el ocio, oferta cultural, que permitan a los visitantes tener experiencias diferenciadoras e impresionar a los participantes en comparación a otras ciudades, lo que hace que este mercado sea tan competitivo.

El 20% de los turistas en el mundo lo hace por negocios (Revista de Negocios APD, 2020) y si bien se requiere una fuerte inversión por parte de los gobiernos en infraestructura y capacidad, esto se ve compensado con los ingresos que esta industria refleja para los países, debido a que los viajeros de esta industria gastan en promedio un 53% más que las personas que viajan por placer. (Diario la Vanguardia, 2019)

El turismo es una industria que ha venido en un incremento sostenido, que involucra a cada uno de los continentes del mundo, el porcentaje de crecimiento de turistas internacionales en el mundo se encuentra entre un 3 % y un 4 %, (Alcaldía de Medellín, 2018) el crecimiento del sector es debido a la innovación que está teniendo este sector en el mundo, teniendo en cuenta los nuevos roles y la adaptación a los diferentes cambios que ha sufrido el planeta en temas culturales, sociales, demográficos y climáticos, además de la hiperconectividad que existe en esta época, la cual facilita a las personas y empresas el conocimiento, los recursos y facilidades que tienen los lugares a los cuales quieren dirigirse.

El turismo internacional está creciendo entorno al 4 %, y Colombia viene creciendo cerca de un 10 % anual. Está claro que es un sector en plena expansión dentro de la economía colombiana y Medellín es uno de los destinos clave. (Alcaldía de Medellín, 2018)

### **Medellín en la industria MICE**

Medellín es la segunda ciudad más importante de Colombia y capital del departamento de Antioquia (La Red Colombiana de Ciudades Cómo Vamos, s.f.), gracias al esfuerzo que se ha realizado desde los entes gubernamentales, como el acuerdo 20 de 2015 del Consejo de Medellín (Alcaldía de Medellín, 2015) o los planes estratégicos que vienen haciendo en las diferentes alcaldías desde hace 20 años, en las cuales se estructuran planes y estrategias para el desarrollo del turismo y en donde establece como prioridad posicionarla como un destino de turismo de negocios y un referente para el turismo vacacional, así mismo, busca posicionarse como una marca región, apuntando a que sea un destino inteligente para el 2024, siendo un destino turístico sostenible, social y ecológico.

La industria MICE en Medellín se ha convertido en uno de los pilares de desarrollo para la ciudad, generando empleos, aprovechando los recursos locales, realizando transferencia de conocimiento y apoyo de sectores productivos; como resultado de esto ha sido nominada 36 veces en 9 categorías diferentes en los *World Travel Awards*, reconocidos como los “Premios Oscar del turismo” y ha ganado en las siguientes categorías:

- South America’s Leading Meetings and Conference destination 2014
- South America’s Leading Meetings and Conference destination 2015
- South America’s Leading City break destination 2016
- South America’s Leading City break destination 2020

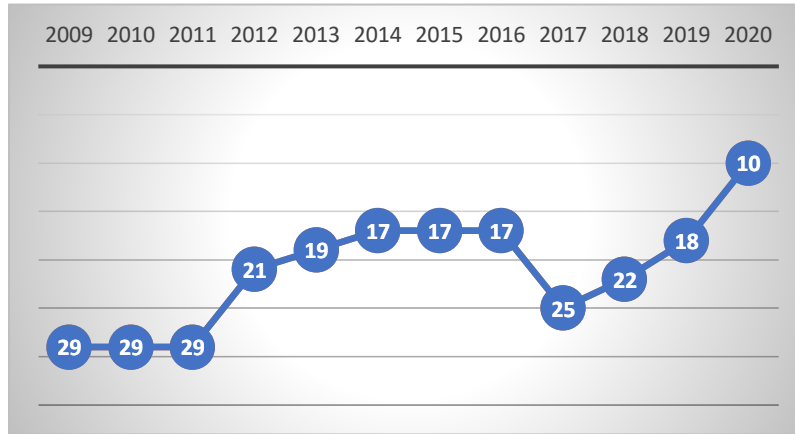
En la gráfica 6, se evidencia cómo Medellín ha ido subiendo posiciones dentro del ranking de Ciudades que publica el ICCA (Eventos Latinoamericanos, 2020) subiendo 8 posiciones para el año 2020, con 34 eventos realizados, estando por encima de ciudades como Rio de Janeiro y Quito, esto demuestra la importancia que tiene este sector para la ciudad de Medellín.

El enfoque que se quiere dar para llegar a los objetivos propuestos por la administración es la explotación del término “*Bleisure*”, que se refiere a una combinación de las palabras “*Business*” y “*Leisure*”, con el fin de que los viajes que sean realizados por motivos laborales se realicen pensando



en que el viajero pueda alargar su estancia unos días más para disfrutar de tiempo libre y conocer otras facetas de la ciudad.

Gráfico 6: Cambios en la posición de la ciudad de Medellín en el continente americano en el ranking ICCA



Elaboración propia. Fuente: International Congress and Convention Association

Antioquia cuenta con el 82.1% de los operadores tu turismo como microempresa, 11.2% pequeña empresa, 4.5% mediana empresa, 2.3% gran empresa, de los cuales el 4.6% de los prestadores de servicio de turismo corresponden a operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

El impacto del Covid-19 en el sector turismo de Medellín fue devastador, debido a los diferentes cierres y restricciones para controlar la propagación del virus, todos los eventos que se tenían en plan para el 2020 fueron cancelados, según el Centro de Convenciones Plaza Mayor se cancelaron aproximadamente 325 eventos los cuales representaban alrededor de 13 mil millones de pesos, (Telemedellin, 2020), Asimismo, según el Observatorio Turístico de Medellín (OMT) la ciudad de Medellín tuvo un decrecimiento en todos los rubros que abarcan este sector, al mes de noviembre del 2020 el ingreso de visitantes a la ciudad tuvo una reducción del -69.9%, pasando de 834.115 en el año 2019 a 250.295 en el año 2020, del total país Medellín, Cali y Bogotá aportan el 80% de las llegadas de pasajeros en vuelos internacionales, en el cual Antioquia aportó un -71% para el año 2020, por su parte la ocupación hotelera decreció un -38.97% al mes de noviembre con respecto al 2019, siendo el poblado la zona más afectada con una reducción del -42.44% (SITUR, 2020), estos decrecimientos no fueron mayores gracias a la reapertura que se dio para el mes de septiembre. (Observatorio Turístico de Medellín, 2020)

Ahora bien, si se hace alusión a las consecuencias que ha dejado la pandemia en cuestión de desempleo, se puede evidenciar que se encuentra en una tasa de 16.3%, solo 0.6 puntos porcentuales por debajo del promedio país, siendo esta la más alta de los últimos 10 años (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021) y donde las mayores reducciones de empleos son para las agencias de viajes y microempresarios, los cuales vieron disminución de hasta 57% de su personal para poder mantener los gastos, teniendo en cuenta que los ingresos tuvieron una caída en promedio de un 83% según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

### Capítulo V Recomendaciones para la industria MICE

Si bien la economía colombiana empezó un proceso de reactivación económica, las empresas de esta industria necesitan entrar a esa fase de reactivación de una manera dinámica, que les permita desarrollar sus actividades adaptándose a la *nueva normalidad* que vive el mundo y con los recursos disponibles, si bien el mayor obstáculo que se tiene es que no existe suficiente información por tratarse de una situación que está en proceso, se logró recopilar algunas recomendaciones para la reactivación segura de la industria MICE basado en el resultado de la investigación, tomando los siguientes datos de diferentes países:

1. **Enfoque del modelo de las 5P:** (Aburumman, 2020) propone dentro de su investigación, un retorno a la nueva normalidad desde este modelo, el cual está enfocado en las 5P del marketing (*Product, Price, Place, Promotion, People*), las cuales ajusta al mercado MICE y las expone de la siguiente manera:
  - **Product:** Se recomienda realizar “combos” entre los precios de eventos, hoteles y restaurantes para que sea un solo costo que pueda ser competitivo pensando en la comodidad del cliente, donde cada factor tenga el sello Anti-Covid
  - **Price:** tener precios competitivos en los productos, haciendo un uso eficiente de los recursos a través de outsourcing de los servicios que se puedan tercerizar y sacrificando la utilidad a la mitad para poder ofrecer descuentos que puedan atraer a clientes potenciales y fidelizar los usuarios frecuentes
  - **Place:** Realizar los eventos hasta donde sea posible en salones de eventos de hoteles que podrían tener como aliados y reducir el costo de infraestructura que podrá ser utilizado en otros costos, adicionalmente, el apoyo de herramientas tecnológicas permitirá que se tenga un aforo reducido, pero no limitando el evento a que sea presencial sino tener un aforo mayor virtualmente

- **Promotion:** Reducir gastos de publicidad a los mínimos necesarios
- **People:** Invitar presencialmente a los clientes VIP o usuales con el objetivo de fidelizar a los clientes, asimismo, para los demás asistentes se realizará de manera virtual en tiempo real

Adicionalmente se sugiere la creación de un sello Anti-Covid, para que los clientes se sientan tranquilos porque su estadía está siendo con el cumplimiento de todos los protocolos necesarios.

2. **Estrategia de reducción:** (Tourism & Hospitality Research, 2021) se refiere a un alcance reducido de las actividades mediante la disminución de costos, activos, líneas de productos, número de miembros del personal y concentrarse en las actividades básicas. La reducción contribuye a la recuperación firme a medida que se concentra en la operación de la empresa existente, mediante la reducción eliminar la complejidad y mejorar la transparencia
3. **Estrategia de renovar innovando:** se puede definir la estrategia como la adaptación de las empresas a entornos cambiantes y relacionarlo con su capacidad para explotar las competencias existentes y desarrollar nuevas capacidades, permitiendo interrumpir la inercia de las empresas ajustando o cambiando sus competencias básicas para alcanzar un rendimiento a largo plazo, aprovechando cualquier oportunidad de negocio durante la crisis y después de esta, enfocando sus esfuerzos en nuevos productos y haciendo esencial la supervivencia de estos productos como parte del retorno a las actividades (Tourism & Hospitality Research, 2021)

(Tourism & Hospitality Research, 2021) indica que hay que estimular al turista con nuevos servicios y direccionamiento, las preocupaciones por la salud y la seguridad serán fundamentales, las empresas deben generar una cadena de valor para crear viajes más seguros y económicos en combo, creando grupos más pequeños, pero con más frecuencia en los eventos.

4. **Estrategia Turismo Interno y virtual:** La explotación del turismo dentro de las mismas ciudades como primera medida de recuperación, apoyados en medios tecnológicos para poder brindar a las personas de afuera la experiencia de estar dentro de las grandes urbes del mundo, asimismo, el gobierno y las empresas tienen que hacer alianzas para poder promover el turismo.

Las empresas deben enfocarse videoconferencias, turismo virtual, reuniones virtuales y ferias de turismo virtual. (Santus Kumar & Shoel, 2020)

También se plantea como estrategia de recuperación la ayuda que puedan recibir las empresas por parte de la organización mundial del turismo, organizaciones internacionales, agencias donantes, para una rápida recuperación en la nueva normalidad (Santus Kumar & Shoel, 2020)

**5. Enfoque Matriz DOFA:** Desde la perspectiva de (Tyagi & Saexa, 2020) esta matriz es fundamental para el retorno de las empresas entendiendo cómo sortear factores externos oportunidades y amenazas, según (Tyagi & Saexa, 2020) los factores determinantes según la matriz serían:

- **Fortalezas:**
  - ✓ Explorar nuevas formas y medios de turismo
  - ✓ Apoyar los usos únicos de la tecnología en turismo
  - ✓ La explotación del turismo nacional, eventos nacionales
  - ✓ Creación de experiencias basadas en la seguridad y bienestar de los asistentes
- **Debilidades:**
  - ✓ Percepción de riesgo de los asistentes a causa de la pandemia
  - ✓ Decrecimiento de la confianza de los asistentes
- **Oportunidades:**
  - ✓ Se podrían formar nuevos modelos de negocio apoyados 100% en medios digitales
  - ✓ Los eventos podrían adaptarse a espacios donde los asistentes se sientan más seguros
  - ✓ Aprovechar los momentos de aperturas para realizar los eventos dentro del marco de Bioseguridad
- **Amenazas:**
  - ✓ Impacto negativo en los mercados globales a causa de la pandemia, generando más desempleo, restricciones temporales.
  - ✓ La incertidumbre pesa sobre el consumidor

Teniendo en cuenta la matriz se recomiendan las siguientes actividades para el retorno:

- a. Tener en cuenta los protocolos de la denominada “nueva normalidad” de la Organización Mundial del Turismo
- b. Todo plan de retorno debe formarse siempre basados en la seguridad e higiene de los asistentes

- c. Las empresas deben usar el apoyo tecnológico para el retorno, es fundamental que se haga uso de las plataformas para los eventos
- d. La creación de paquetes con hoteles, autos y restaurantes para garantizar la seguridad de los asistentes
- e. Estudiar el comportamiento de los turistas y el desarrollo de los destinos
- f. Capacitación para eliminar los rumores y mitos erróneos relacionados con el Covid-19 durante la estadía

### **CONCLUSIONES**

El mundo no estaba preparado para enfrentar una pandemia de este tipo, que fue causa de la recesión más grande que ha tenido el planeta, afectando de forma severa las economías de todos los países y dejando a sectores como el turismo sin ingresos por meses enteros, aun así, los gobiernos y los empresarios de la industria del turismo han tenido que recurrir a distintas estrategias para poder sobrevivir y buscar una adaptación a la denominada “nueva normalidad”, dentro de la investigación se contemplan desde recortes de gastos, hasta la implementación de modelos económicos y administrativos teniendo siempre como base el apoyo en los medios tecnológicos que se convierten en una herramienta indispensable para esta industria en la generación de ingresos.

Dentro de la literatura revisada para la investigación se identificaron posibles soluciones y estrategias que las empresas pertenecientes a esta industria han implementados en diferentes países para el retorno a la nueva normalidad.

La pandemia atribuida al virus Sars-Cov 2, afectó al turismo:

- -49.1% del PIB mundial para el 2020, esto principalmente debido a los cierres por cuarentena, dejando sin empleo alrededor de 61 millones de personas que representan el 18.5% de los empleos de este sector a nivel mundial.
- Todas las economías del mundo presentaron decrecimientos en cierre del 2020, a pesar que se realizaron aperturas y reactivaciones temporales no fue suficiente para recuperar los resultados del 2019
- Colombia finalizó el 2020 con un PIB negativo -6.8%, siendo la 10° economía latinoamericana más afectada por la pandemia por debajo de países como Uruguay, Chile y Brasil
- La industria del turismo tuvo una afectación por Covid-19 que aportó un 15.1% al decrecimiento del PIB de Colombia

- El desempleo en Colombia es del 16.4% para las áreas metropolitanas, en donde se evidencia que las mujeres fueron las más afectadas con la pandemia, ya que registraron un 18.7% para el cierre del año 2020.
- Medellín se ha convertido en un referente MICE para Colombia y Latinoamérica, escalando 19 posiciones de las ciudades más importantes en esta industria desde el 2009, estando por encima de países como Rio de Janeiro
- Es necesario crear alianzas con otros actores de la cadena de abastecimiento como restaurantes y hoteles para dar precios competitivos empaquetando los planes para los eventos
- Creación de un sello de Bioseguridad que permita que las personas se sientan tranquilas a la hora de asistir a los eventos presenciales

#### **Limitaciones y prospectiva.**

Esta investigación se realizó como punto de partida para investigaciones posteriores, donde se deberán recopilar datos cuantitativos y cualitativos en etapas donde se puedan analizar datos más específicos de las consecuencias económicas de la pandemia y poder observar si las estrategias planteadas en este documento son las idóneas para las empresas del sector MICE. Debido a que, al momento de redacción de este documento, la pandemia ocasionada por el virus Covid-19 sigue en curso, no es prudente emitir conceptos más allá de simples recomendaciones que no han sido probadas; es por esto, que las futuras investigaciones deberán desarrollar estrategias basadas en nuevos modelos económicos que puedan definir cómo proceder para la reactivación segura y sostenible. Esta investigación es útil para otros sectores del turismo, teniendo en cuenta que las estrategias aquí planteadas podrían ser funcionales no solo para la industria MICE sino para el sector en general.

## Bibliografía

- Aburumman, A. A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry. *Humanities & Social Sciences Communication*.
- Alcaldía de Medellín. (2015). *Acuerdo 0020 de 2015*.
- Alcaldía de Medellín. (2018). *Plan estratégico de turismo de Medellín 2018-2024*.
- Banco Mundial. (2020). *Página Banco Mundial*. Retrieved from <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

- BBC Noticias. (2020). *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51641436>
- Comision Economica para America Latina y el Caribe. (2020). *Balance Preliminar de las economias de America Latina y el Caribe*.
- Congrex. (2020, Marzo). *Congrex*. Retrieved from <https://congrex.com/blog/disruption-business-events-industry-challenges-covid-19/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadistica. (2021). *Comunicado de prensa - Producto Interno Bruto IV Trimestre y año 2020*.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadistica. (2021). *Mercado Laboral*.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadistica. (2021). *PIB Principales Resultados 2020*.
- Diario la Republica. (2020). *Diario La Republica*. Retrieved from <https://www.larepublica.co/analisis/jose-duarte-garcia-2999753/el-sector-turismo-enfrentando-el-covid-19-2999743>
- Diario la Vanguardia. (2019). *Diario la Vanguardia*. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/economia/innovacion/20190508/462124803269/que-es-turismo-mice.html>
- Eventos Latinoamericanos. (2020). *La revista del Mercado de Reuniones e Incentivos de America Latina y el Caribe*. Retrieved from <http://eventoslatam.com/icca-publica-su-ranking-2019/>
- Fondo Monetario Internacional. (2021). *Actualización Del Informe Sobre La Estabilidad Financiera Mundial*.
- Fondo Monetario Internacional. (2021). *Fondo Monetario Internacional*. Retrieved from [https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP\\_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEO/ORLD](https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEO/ORLD)
- Inexmoda. (2018). *Informe de Gestion*.
- International Congress and Convention Association. (2020). *Impacto COVID ICCA*.
- J.A., M. V. (2020). Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín. *Revista virtual Catolica del Norte*.
- Jin, X., Webber, K., & Bauer, T. (2013). Dimensions and Perceptual Differences of Exhibition Destination Attractiveness: The Case of China. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- La Red Colombiana de Ciudades Cómo Vamos. (n.d.). *La Red Colombiana de Ciudades Cómo Vamos*. Retrieved from <https://www.medellincomovamos.org/medellin>
- Ministerio de Comercio, Industria y Comercio. (2020). *Turismo en Cifras*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Plan de Negocios MICE*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Impacto económico del COVID-19 sobre los Prestadores de Servicios Turísticos en Colombia*.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Informe económico Colombia II trimestre 2020*.
- Nair, B. B., & Sinha, S. (2020). COVID-19 AND FUTURE TRAVEL DECISIONS: HOW DO THE DESTINATION-CHOICE-BASED MOTIVATORS REDEFINE TOURIST'S CHOICES? *Enlightening Tourism a Pathmaking Journal*.
- Noticias CNN en español. (2020). *Página Web de CNN en español*. Retrieved from <https://cnnespanol.cnn.com/2020/05/14/cronologia-del-coronavirus-asi-empezo-y-se-ha-extendido-por-el-mundo-el-mortal-virus-pandemico/>
- Observatorio Turístico de Medellín. (2020). *Principales indicadores OTM. Acumulado Enero - Noviembre*.
- Patil, A., & Naik, S. (2020). A Study on Impact of Lockdown on Tourism and Post Lockdown Expectations of Tourists. *Atithya a Journal of Hospitality*.
- Pedroza, D. S., Calero, R. M., & Gonzales, G. R. (2017). NFC Evaluation in the Development of Mobile Applications for MICE in Tourism. *Sustainability*.
- Prayag, G. (2020). Time for reset? Covid-19 and tourism resilience. *Tourism Review International*.
- Presidencia de la Republica de Colombia. (2020). *ABC\_PAEF\_ May20*.
- Procolombia. (2020). *Procolombia*. Retrieved from <https://procolombia.co/noticias/colombia-se-destaca-como-destino-mice-en-expansion>
- Revista de Negocios APD. (2020). *Revista de Negocios APD*. Retrieved from <https://www.apd.es/turismo-mice-en-auge-espana/>
- Rittichainuwat, B., Laws, E., Maunchontham, R., Rattanaphinanchai, S., Muttamara, S., Mouton, K., . . . Suksai, C. (2020). Resilience to crises of Thai MICE stakeholders: A longitudinal study of the destination image of Thailand as a MICE destination. *Tourism Management Perspectives*.
- Santus Kumar, D., & Shoel, N. (2020). IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON TOURISM: RECOVERY PROPOSAL FOR FUTURE TOURISM. *GeoJournall off Tourism and Geosites*.
- Smagina, N. (2017). The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions- and Exhibitions- (MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity. *Journal of Economics and Management*.
- Suhail, K. S., Naamo, G. S., & AlJashaam, A. A. (2019). The Effect of Strategic Foresight on Tourism Marketing after COVID-19. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*.
- Telemedellin. (2020). *Noticias Telemedellin*. Retrieved from <https://telemedellin.tv/plaza-mayor-pide-al-gobierno-nacional-aumento-de-aforo/429661/>
- The Global Meetings & Incentives Exhibition. (2018). *INFORME-TENDENCIAS-MICE-HISPANOHABLANTE-2018*.



- Tourism & Hospitality Research. (2021). Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam.
- Tsai, M.-C. (2021). Developing a sustainability strategy for Taiwan's tourism industry after the COVID-19 pandemic. *Plos One*.
- Tyagi, N., & Saexa, S. (2020). Impact of Covid - 19 on Inbound Tourism in India. . *Revista de Turism*.
- World Travel & Tourism council. (2021). *World Travel & Tourism council*. Retrieved from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>