

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA ACTUAL
(PANDEMIA) SOBRE EL SOSTENIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR ENTRETENIMIENTO EN EL MUNICIPIO DE LA CEJA, ANTIOQUIA.

Por:
Juan Carlos Henao Botero

Programa Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Católica de Oriente
2021

Trabajo de Grado

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA ACTUAL
(PANDEMIA) SOBRE EL SOSTENIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR ENTRETENIMIENTO EN EL MUNICIPIO DE LA CEJA, ANTIOQUIA.

Por:

Juan Carlos Henao Botero

Director:

Bernardo Andrés Patiño Valencia

Programa Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Católica de Oriente
2021

Nota de aceptación

Firma del presidente del Jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por darme la vida, la sabiduría y la fortaleza de desarrollarme como persona, profesional y sobre todo como un muy buen ser humano.

A mí familia que me enseñó desde pequeño a luchar por cumplir mis metas, por buscar siempre salir adelante, por su amor y acompañamiento en cada etapa de mi vida.

A mí compañero de vida, al que siempre me alentó y me apoyo en este proceso formativo, que no dejó que me rindiera y me da las fuerzas necesarias para seguir adelante cada día.

A mis docentes que con su conocimiento hicieron que creciera profesionalmente, gracias por su paciencia y apoyo incondicional en cada proceso que vivimos.

CONTENIDO

ANTECEDENTES	7
Economía colombiana durante la pandemia	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
Aislamiento preventivo obligatorio en todo el país	12
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	14
JUSTIFICACIÓN	15
OBJETIVOS.....	17
MARCO TEORICO.....	18
DISEÑO METODOLOGICO.....	21
1. ANALIZAR LOS EFECTOS DE CORTO Y MEDIANO PLAZO SOBRE LA AFLUENCIA DE PÚBLICO Y GENERACIÓN DE EVENTOS.....	22
1.1 Elementos de análisis respecto de los efectos en la afluencia de público y generación de eventos.....	22
1.2 Formato de interrogantes respecto de los efectos en la afluencia de público y generación de eventos.....	23
2. IDENTIFICACIÓN DE DIFICULTADES Y RETOS DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR PARA ENFRENTAR LA CRISIS.....	25
2.1 Elementos de análisis respecto de las dificultades y retos de las empresas de eventos durante medidas asociadas al COVID-19	26
2.2 Población objetivo.....	28
2.3 Formato de encuesta	29
2.4 Desarrollo de la encuesta	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
3. RESULTADOS DEL EJERCICIO INVESTIGATIVO “DIFICULTADES Y RETOS DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR PARA ENFRENTAR LA CRISIS”.....	34
3.1 Resultados demográficos	34
3.2 Resultados por interrogante	37
CONCLUSIONES	40
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	42

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2 Descripción de la encuesta.	31
Ilustración 3 Primera sección de la encuesta realizada	32
Ilustración 4 Segunda sección del formulario correspondiente a preguntas en escala tipo Likert....	32
Ilustración 5 Tercera sección del formulario correspondiente a respuestas de selección múltiple con múltiples respuestas y alternativa de texto complementario.	33
Ilustración 6 Resultados de la búsqueda por palabra clave #Eventoslaceja.....	35
Ilustración 7 Invitación a participar de la encuesta y solicitud de réplica del mismo	35
Ilustración 8 Resultados de la encuesta a partir de segmentos de edad.....	36
Ilustración 9 Resultados de la encuesta a partir de la variable demografica "Nivel academico"	36

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Marco normativo por el gobierno nacional sobre el COVID-19.....	11
Tabla 2 Medida tomados por el Gobierno Nacional a partir de 01 de junio	12
Tabla 3 Resoluciones adoptadas por el Gobierno Nacional.....	13
Tabla 4 Variables intervinientes en la variación de la oferta y demanda	22
Tabla 5 Set de preguntas demográficas.....	23
Tabla 6 Afirmaciones propuestas a evaluar según variables de análisis	24
Tabla 7 Principales medidas sanitarias implementadas.....	26
Tabla 8 Principales temas de interés para los clientes de eventos sociales y recreativos, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19	27
Tabla 9 Consolidado de resultados preguntas en escala likert	38

ANTECEDENTES

Al igual que el mundo, Colombia ha sufrido las consecuencias generadas por el Covid-19; el país no es ajeno a los cambios generados por la pandemia en los ámbitos económicos y sociales. Esta enfermedad que desde el mes de enero de 2020 se convirtió en un tema de relevancia para el mundo, tuvo como resultado una serie de acciones a nivel mundial que buscaron vigilar, controlar y contener el proceso de transmisión de la enfermedad (OPS, 2021). Tales medidas han venido mostrando resultados positivos para el control de la enfermedad, sin embargo, tal como lo plantea el Banco Mundial (Worldbank, 2021). el impacto súbito y generalizado de la pandemia del coronavirus y las medidas de suspensión de las actividades que se adoptaron para contenerla han ocasionado una drástica contracción de la economía mundial

Antes del inicio de la pandemia, la economía colombiana mantenía un ritmo de crecimiento de 3,3% hasta el año 2020, cifra prometedora si se analiza en el contexto de América latina según (Banco de la republica, 2020). En cuanto al Índice de Precios del Consumidor (IPC), su variación anual o inflación aumentó a 3,80% en el año 2020, frente al 3,18% que registró en 2018 según (DANE, 2021). Dato que superó las proyecciones de 3,0% esperadas para el 2019 y cuya causa, según el Banco de la República (2020), se debió ante todo a los precios de los alimentos. En cuanto a la cuenta corriente de la balanza de pagos, Colombia presentó un déficit externo en 2019 de 4,4%, el cual tuvo su origen en el incremento en dólares del déficit corriente y en la depreciación del peso frente al dólar según (BANREP, 2021). Por otra parte, durante el 2019, la inversión extranjera en Colombia registro un crecimiento de 25,6%, cifra no registrada desde el 2014. Cabe destacar que los ingresos por remesas sumaron US\$6.744 millones de la mencionada inversión extranjera, máximo histórico no registrado desde 2014 como se relata en (Presidencia de la Republica, 2021).

Sin embargo, ante los impactos observados en la economía mundial durante las medidas de mitigación del COVID-19 y las proyecciones realizadas para las diferentes economías en el corto plazo; toma relevancia realizar observaciones y análisis de condiciones económicas del país y en particular para los sectores económicos que manifiestan mayores dificultades para el desarrollo de sus actividades ente las particularidades de la llamada nueva normalidad.

Economía colombiana durante la pandemia

El Banco de la República señala que el plan de aislamiento considerado supuso un rango de pérdidas económicas entre \$48 billones y \$65 billones de pesos por mes (Banco de la republica, 2020). El mismo estudio considera que el sector más afectado sería el de los servicios. Efectivamente, las medidas de contención destinadas a aplanar la curva de contagio suscitarán costos económicos significativos en sectores tales como el turismo, la restauración y el entretenimiento como lo relata (Mejia, 2020). En cuanto a las regiones que más aportarían a dichas perdidas destacan Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca según (Banco de la Republica, 2020).

En cuanto a las medidas de confinamiento adoptadas en enero de 2021, Fedesarrollo estima que su costo económico oscila entre 8,3 y 12,5 billones de pesos, lo que equivale al 0,8% y 1,2% del PIB respectivamente (Fedesarrollo, 2021). Esta organización revela, que se espera la pérdida de al menos 146 mil empleos; Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca tendrían una mayor participación en el descenso de la actividad económica nacional con el 48,8%, 15,9% y 11%, respectivamente, lo que corresponde a 4,1, 1,3 y 0,9 billones de pesos. Lo cual supone mayor gravedad ante el hecho de que el peso porcentual negativo es superior a los aportes que las mencionadas regiones hacen al PIB. Un ejemplo de esto se observa en el hecho de que Bogotá aporta el 26 % del PIB según datos de (Mejia, 2020).

Los efectos más devastadores de la pandemia se experimentaron en el empleo, los ingresos y en particular la pobreza total en el territorio colombiano. En efecto, se estimó que la pobreza se multiplicaría 2.2. veces los niveles de pobreza extrema y 60% los de pobreza moderada. Sin embargo, según Méndez los programas gubernamentales de asistencia social se comportaron según las estimaciones esperadas (Mendez, 2020). En lo referente al empleo, se afirmó que las medidas tomadas por el gobierno nacional marcharon por buen camino, sin embargo, los trabajadores informales, que no perdieron su empleo, resultaron en una situación en alto riesgo de perderlo, como lo relata (Fernandez, 2020). Por su parte, la industria del entretenimiento se vio afectada por la pandemia de COVID19 y pudo ser una de las más lastimadas por la contingencia, (Universidad de Antioquia, 2020; Banco Mundial, 2021).

Importante centrar parte de los antecedentes en el efecto sobre el sector entretenimiento, resaltar el número de empleos que agrupa y mencionar la importancia que tiene para el Oriente antioqueño, y por tanto la necesidad de estudiar el tema de las medidas tomadas para reducir los efectos económicos de la pandemia.

Importancia del sector de eventos y entretenimiento

Según La revista de comunicaciones de la SEECI un evento es un acto en directo, efímero (es irrepitable), relaciona en el mismo espacio al emisor y al receptor, va dirigido a un grupo específico de personas, está diseñado a medida y pretende generar una respuesta en el público presente (Quevedo & Lafuente, 2013).

El sector de las convenciones y las reuniones en Colombia es tan importante que representa el 22,8 por ciento, 2.451 millones de dólares, de todos los ingresos que generó el sector del turismo en 2018; lo que en términos del PIB representan el 0,45 por ciento según (Procolombia, 2021). Esta industria es tan significativa que, de hecho, un reporte emitido en el año 2019 por el International Congress and Convention Association (ICCA), cuyo objetivo es listar los países que han realizado más eventos de talla internacional, ubica a Colombia en la casilla número 29 dentro de 165 países (González M. C., 2019).

En cuanto a la inversión total realizada por los organizadores, se estima que los alimentos y las bebidas representan el 19.4%, el 11% y el 10.6% se destinan para el pago de sueldos y renta del recinto, según datos de (Procolombia, 2019).

La relevancia del sector turístico para el país ha llevado al gobierno nacional, en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a presentar el: “Plan Estratégico Nacional de Turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions). Estrategia que pretende posicionar a Colombia en el 2027 como líder latinoamericano en el segmento del turismo de reuniones (Ministerio de Comercio, 2021). Según González (2019), el liderazgo regional del sector se ha visto favorecido gracias a tres factores esenciales: un desarrollo económico estable, la firma de los acuerdos de paz y la promoción internacional.

Por otra parte, Procolombia, afirmó que este segmento de la economía generó 218.135 empleos y atrajo al país a 468.994 viajeros internacionales en el 2018 (2019). Procolombia indicó, además que: “al ser de alto gasto, la industria de reuniones es un segmento al que se le apuntamos desde el Gobierno Nacional”(Procolombia, 2019b). En cuanto al conjunto de empleos directos e indirectos generados por esta industria, se estimó que son de alrededor 1´800,000 personas en total en Colombia (El Espectador, 2020). El segmento de los eventos es muy diverso e involucra rubros como: espectáculos, MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones) y eventos sociales que en su conjunto aportan 15 billones de pesos, el 2.7% del PIB (El Espectador, 2020).

Esto sin contar con los enormes recursos que el sector genera a otros segmentos de la economía colombiana. La ocupación del sector hotelero, por ejemplo, ha visto crecer sus indicadores en 2019 debido en gran parte al fortalecimiento del sector corporativo, como lo relata (Cotelco, 2020). Así mismo, el gasto en bebidas y alimentos fue de 157.4 millones de dólares y de 238.7 en transporte (González M. C., 2019).

Sin duda, la construcción de grandes centros de convenciones, por parte de las principales ciudades, fomenta enormemente el turismo de reuniones (González M. C., 2019). En efecto, Colombia cuenta con 27 centros de convenciones y 455 hoteles con salones adecuados para la realización de eventos (Procolombia, 2019). De hecho, Paula Cortés Calle, presidente de ANATO, manifiesta que la apertura de centros de convenciones ha impulsado fuertemente la industria de los eventos, lo cual ha incentivado a algunos ciudadanos de países hermanos a visitar Colombia en busca de la oferta de, por ejemplo, conciertos. (Anato, 2019). Conscientes de esta realidad, las agencias de viajes vienen implementando planes relacionados con el segmento de los eventos (Anato, 2021). Una importante decisión si se tiene en cuenta que el 30 por ciento de los visitantes extranjeros que llegan por eventos regresan al país de vacaciones (González M. C., 2019).

Antes de la pandemia, la industria de los eventos llegó a tener tal impulso que se lo consideraba como el nuevo petróleo del país, pues semanalmente se llegaron a realizar alrededor de 1800 eventos de todo tipo (El Espectador, 2020). La incertidumbre actual vinculada a los eventos, causada en parte por la pandemia y por las medidas sanitarias implementadas para frenar o evitar la propagación del virus, llenaron de dificultades a los sectores económicos en el país; Dichas dificultades persisten en la actualidad y probablemente se mantendrán por un periodo de tiempo amplio, lo que requiere acciones de adaptación por parte de las empresas y los sectores en general, que permita mantener sus negocios a flote.

Ante el panorama complejo y en ocasiones desalentador, existen empresas que han sabido adaptarse a la crisis económica, social y de salud, de manera rápida y exitosa. En este sentido, se convierten en experiencias de interés para la comunidad empresarial, académica y en general para toda la sociedad, toda vez que permiten identificar procesos administrativos, comerciales y gerenciales, que sirven como base para otras empresas de sectores similares y que permiten mediar frente a la situación de crisis que aún persiste.

El sector de eventos sociales y recreativos es en particular un sector duramente afectado por la crisis, el aislamiento, reducciones en los ingresos de corto y mediano plazo, que tuvieron como resultado una reducción de sus operaciones casi en su totalidad. Dichas dificultades son generalizadas en todo el país para las empresas del sector y por supuesto, el panorama del Oriente Antioqueño no se aleja de esta realidad. En búsqueda de acciones de adaptación y ante la ausencia de teorías que pudieran advertir el mejor camino para tomar en tiempos como estos, resulta importante acercarse a las empresas que han demostrado resiliencia e innovación en proceso de adaptación frente a la crisis actual. En particular, las Empresas de Eventos en el municipio de la Ceja, han desarrollado acciones de tipo administrativo y comercial que les ha permitido mantener sus operaciones y tener un panorama de estabilidad frente al futuro mismo, a partir de esfuerzos de sus socios y equipo de trabajo.

Por lo anterior, conocer estas experiencias, miedos, dificultades y retos de estas empresas frente a este tiempo de crisis e incertidumbre es de interés en particular para empresas del sector, para la identificación de acciones de adaptación en tiempos de pandemia y post pandemia. Además, es importante para la Universidad Católica de Oriente contar con un trabajo de investigación desarrollado durante y después de la pandemia como un tema de impacto social y económico que pueden ser útil para tenerlo como objeto de estudio, de estadística o como ejemplo de los casos que obtuvieron éxito o fracaso en empresas de la zona.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La organización de eventos es el proceso mediante el cual se diseña, planifica, ejecuta y gestionan todos aquellos acontecimientos que reúnen a un grupo determinado de personas en un momento y espacio determinado con la finalidad de ejecutar actividades orientadas hacia un objetivo común (Aviles & Mafla, 2014). La mayoría de los eventos tiene como finalidad el enriquecimiento cultural, el intercambio social y el estímulo económico; y la mayoría se presentan en forma de congresos, ceremonias, reuniones e incluso festivales. La realización de eventos es una forma de crecimiento y desarrollo, por lo que la planificación de eventos es una especialidad con un campo laboral extenso y con grandes posibilidades de desarrollo profesional según relata (OSTELEA, 2021).

Tras la declaración de pandemia por parte de la OMS, el Gobierno colombiano, mediante Resolución 385 del 12 de marzo de 2020, declaró la Emergencia Sanitaria en todo el país hasta el 30 de mayo. Dicho mecanismo tiene como fin otorgar un marco jurídico que permita implementar medidas extraordinarias para hacer frente a la pandemia (Ministerio de Salud y Protección social, 2020). La Emergencia Sanitaria conlleva a la declaración, mediante el Decreto 417 de 2020, del Estado de Emergencia Económico, Social y Ecológico (Presidencia de la Republica, 2021).

Posterior a la promulgación del anterior marco normativo, el Gobierno nacional implementó medidas como:

Tabla 1 Marco normativo por el gobierno nacional sobre el COVID-19

Norma	DEFINICIÓN
Circular 000011 del 10 de marzo de 2020	Prohibición de la realización de eventos públicos cuya afluencia fuese mayor a 50 personas y algunas recomendaciones tendientes a evitar el contagio en sitios de alta afluencia de personas
Directiva presidencial 02 del 12 de marzo de 2020	De tecnologías de la información y las telecomunicaciones por parte de los funcionarios pertenecientes a la rama ejecutiva del orden nacional. Esto con el fin de asegurar el debido cumplimiento de sus funciones desde el hogar
Resolución 000470 de 2020	Ordena el aislamiento preventivo de personas adultas mayores residentes en centros de larga estancia
Resolución 000380 de 2020	Ordena el autoaislamiento obligatorio para personas que lleguen al país a partir del 11 de marzo de 2020.

(Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Salud y Protección Social, 2020)

Aislamiento preventivo obligatorio en todo el país

A mediados de marzo de 2020 el presidente de la República Iván Duque expide, con el aval de expertos del Ministerio de Salud, el Instituto Nacional de Salud y la Organización Panamericana de la Salud, el decreto 457 que reglamenta el aislamiento preventivo obligatorio en todo el país desde el martes 24 de marzo a las 23:59 horas, hasta el lunes 13 de abril a las 0:00 horas (Presidencia de la Republica, 2020). En el marco del aislamiento preventivo obligatorio se suspendieron los vuelos domésticos y el transporte terrestre intermunicipal y municipal; excluyéndose, sin embargo, el personal de salud, los pacientes médicos y los proveedores de productos de primera necesidad.

El particular comportamiento de la pandemia dentro del territorio nacional obliga al gobierno a mantener el aislamiento preventivo obligatorio hasta el 26 de abril a las 11:59 p.m (Presidencia de la Republica, 2020). No obstante, las medidas tomadas, el Aislamiento Preventivo Obligatorio se extiende una vez más hasta el 11 de mayo.

En esta ocasión, sin embargo, se extenderán las excepciones al sector de la construcción y la manufactura, los cuales deberán implementar los protocolos específicos que impidan la propagación del virus (Presidencia de la Republica, 2020) . Pasado este periodo, el país experimenta dos dilataciones más, a saber: del 11 al 25 de mayo y de éste al 31 de mayo. Cabe anotar que esta última corresponde a la fecha prevista para la finalización de la Emergencia Sanitaria; la cual, sin embargo, se extiende hasta el 31 de agosto de 2020. Según Gobierno de Colombia (2021). Las medidas fundamentales tomadas a partir del 1 de junio son:

Tabla 2 Medida tomados por el Gobierno Nacional a partir de 01 de junio

Numero	Medida
I	Sector de la restauración permanece solo con domicilios;
II	Se limita el transporte público al 35% de su capacidad
III	Instituciones educativas continúan durante los meses de junio y julio con estudio en casa y se espera reiniciar la presencialidad en el mes de agosto
IV	El 80% de los trabajadores de entidades públicas continuara trabajando desde casa
V	Aislamiento Preventivo para mayores 70 años hasta el 30 de junio
VI	Entre el 1 de junio y 30 de junio se liberarán espacios para menores de 5 años con todos los protocolos de bioseguridad

VII	Continúan las restricciones para el transporte terrestre intermunicipal y el transporte aéreo nacional e internacional
VIII	Del día 1 junio de 2020 a las cero horas, hasta el 15 de julio de 2020 a las cero horas.
IX	Del día 16 de julio de 2020 a las cero horas, hasta el día 1 de agosto de 2020 a las cero horas.
X	Del día 1 de agosto de 2020 a las cero horas, hasta a.m.) el día 1 de septiembre de 2020 a las cero horas.

(Fuente: Elaboración propia a partir del Gobierno Nacional, 2021)

En lo relativo a la emergencia sanitaria, las medidas sanitarias emprendidas por el gobierno nacional se prorroga sucesivamente mediante como resultado de la dinámica de comportamiento del virus en el territorio nacional (Ver tabla 3), el proceso continuo de crecimiento en el número de contagios y los niveles de ocupación de unidades de cuidados intensivos UCI, influyeron de forma significativa en la incertidumbre respecto a la vigencia de las medidas y el proceso de reactivación económica.

Tabla 3 Resoluciones adoptadas por el Gobierno Nacional

Resolución	Definición
Resolución 385 de 2020	Por la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del coronavirus COVID-19 y se adoptan medidas para hacer frente al virus
Resolución 844 de 2020	Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el nuevo Coronavirus que causa la COVID -19
Resolución 1462 de 2020	El Ministerio de Salud y Protección Social estableció la prórroga de la emergencia sanitaria por covid-19 hasta el próximo 30 de noviembre.
Resolución 2230 de 2020	Se estableció la prórroga de la emergencia sanitaria por covid-19 hasta el próximo el 28 de febrero de 2021.
Resolución 222 de 2020	Se estableció la prórroga de la emergencia sanitaria por covid-19 hasta el próximo el 31 de mayo de 2021
Resolución 0039 de 2021	Por el cual se imparten instrucciones en virtud de lá emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID -19, y el mantenimiento del orden público, y se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable

(Fuente: Elaboración propia a partir del Gobierno Nacional, 2021)

Particularmente para el sector de eventos sociales y recreativos, la mencionada incertidumbre del proceso de reactivación económica tuvo fuertes impactos en la posibilidad de desarrollar con normalidad las actividades económicas, generando así múltiples retrasos, cancelaciones e incluso pérdidas económicas ante la incapacidad de los modelos de negocio para desarrollar eventos programados con anterioridad y la incapacidad para poder planificar de forma efectiva las fechas en las cuales desarrollar con normalidad sus actividades económicas.

El gobierno nacional en cabeza del presidente de la República anuncia, mediante decreto 1297 de 2020, la finalización del aislamiento preventivo obligatorio y el inicio de una nueva fase denominada aislamiento selectivo (República de Colombia, 2020). Fase en la cual ya no se habla de excepciones, sino de restricciones puntuales a, por ejemplo, eventos y aglomeraciones y se sigue avanzando en la apertura de los sectores productivos (Presidencia de la República, 2021). Posteriormente, con la llegada del decreto 0039 de 2021, por medio del cual se finaliza el aislamiento preventivo obligatorio el mantenimiento del orden público, y se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable (República de Colombia, 2020) las expectativas de la comunidad en general y en particular de las empresas del sector de eventos sociales y recreativos se centran en la esperanza de la reactivación de la economía.

El proceso de reactivación económica comenzó a presentar efectos positivos de forma gradual en los diferentes sectores económicos y sociales, no obstante desde el sector de eventos sociales y recreativos el tema del distanciamiento individual responsable, los retrasos en los procesos de vacunación e incluso los temores generalizados en la comunidad; continuaron siendo dificultades significativas para la reactivación.

Mejía (2020) estimó que ante escenario de una cuarentena generalizada donde la operación de los diferentes sectores económicos se redujese en un 37% y un 49%, el costo económico asociado estaría en el rango de 48 a 65 billones de pesos (4,5% a 6,1% del PIB) (Mejía, 2020). Por otra parte, según Fedesarrollo el costo económico de las restricciones se proyectó a entre 8,3 y 12,5 billones de pesos, lo que provocará una pérdida de al menos 146 mil empleos (Latin Pime, 2021).

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación será desarrollada con el objetivo de dar respuesta a la interrogante: ¿Cuáles son las acciones de adaptación administrativas y operativas emprendidas por las empresas del sector eventos y entretenimiento, para superar la coyuntura en tiempos de pandemia?

JUSTIFICACIÓN

Algunos, sin duda, se sentirán identificados con aquella definición dada por Aristóteles según la cual “trabajamos para tener ocio”; otros, sin embargo, se sentirán algo más cómodos con el postulado hitleriano que sentencia: “toda actividad tiene sentido, incluso el crimen; en cambio, la pasividad carece de él” (Pieper, J., 2017). En efecto, el concepto de ocio no ha estado distante de los cuestionamientos y meditaciones de grandes pensadores. En la antigüedad el ocio puede decirse que correspondía a un privilegio de las elites; Hoy, por el contrario, las sociedades contemporáneas ven en el ocio un derecho y el ejercicio de éste contribuye en alta medida al Producto Interno bruto (PIB) de sus sistemas económicos; demostrándose así la relevancia del ocio en el desarrollo de las naciones como lo relata (Primo Tapia, 2017). De hecho, actualmente existen métricas en las cuales se calcula el nivel de desarrollo de una sociedad a partir del disfrute de mayor tiempo libre por parte de sus ciudadanos, como resultado de lo cual, las sociedades han generado una amplia variedad de modelos de negocio que proveen productos y servicios para el disfrute del tiempo libre.

Según la Fundación Iberoamericana Down21 (2021) la Asociación Internacional del ocio y el recreo WLRA (siglas en ingles), el ocio corresponde tanto a una actividad como un derecho básico humano y agrupa elementos de naturaleza física, intelectual, social, artística y espiritual. Sostiene además dicha asociación que la expresión del ocio está ligada a la calidad de vida, pues fomenta la buena salud y el bienestar de los individuos. Ya en un plano más pragmático, el ocio puede ser visto como una “industria cultural” definida por (Zallo, 1988) como:

conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizados por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.

Las actividades sociales y recreativas como elementos fundamentales para las personas, han sido estudiadas ampliamente, ofreciendo resultados en los cuales se afirma que dichas actividades favorecen a las personas desde los planos psicoemocionales, cognitivos, sociales e incluso físicos, así lo relata (Clinica Las Condes, 2020); Así mismo desde el plano económico se ha observado que las actividades sociales y recreativas representan un motor económico de significativa relevancia para los territorios como resultado de la generación de empleos directos e indirectos, la comercialización de productos locales y el fortalecimiento de correlaciones económicas entre sectores económicos locales (Sanjurjo Rivera & Islas Cortés, 2007).

No obstante, resulta relevante reconocer que una gran parte de las actividades recreativas y en particular sociales, requieren se la interacción entre los individuos, y es justamente la

interacción estrecha entre individuos uno de los principales vectores de transmisión del virus SARS-CoV-2, el cual azota el planeta desde principios del año 2020 (OMS, 2021), en este sentido parte de las acciones emprendidas por las instituciones y gobiernos alrededor del mundo para enfrentar el virus, se orientaron a limitar la interacción de las personas (Presidencia de la Republica, 2020), dichas medidas han tenido un impacto negativo en las economías de todo el mundo y Colombia no escapa de este efecto colateral de la pandemia (Banco de la Republica, 2020).

Tal como lo presenta el índice de competitividad del oriente antioqueño (2018) el municipio de la ceja contaba con un crecimiento empresarial promedio total de 20,7%, distribuido así, 19,7% de crecimiento en empresas del sector primario 19,7% empresas del sector secundario y un 21% de crecimiento para las empresas del sector terciario (Municipio de La Ceja, 2018). Lo anterior muestra la relevancia de las empresas del sector terciario para el desarrollo del municipio, entre las que se encuentran las empresas correspondientes en actividades de eventos sociales y recreativos; las cuales, tal como se ha expresado se han visto significativamente afectadas por las medidas sanitarias asociadas el COVID-19, particularmente por la naturaleza de las actividades relacionadas con el ocio.

En este sentido, para un municipio como La Caja del Tambo (Antioquia) con una economía en consolidación, resulta relevante documentar el impacto económico generado por la pandemia a las empresas de eventos y entretenimiento y las acciones emprendidas en pro de la adaptación de dichas empresas en tiempos de crisis, lo cual permite una mejor comprensión respecto a los retos a los cuales se han enfrentado las empresas de este sector en el municipio, como resultado de las medidas sanitarias implementadas durante la pandemia del virus SARS-CoV-2.

Similarmente, observar tendencias en las acciones emprendidas por las empresas del sector para garantizar su supervivencia durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, permitirán evidenciar indicios de las mejores prácticas administrativas a emprender ante retos futuros similares y visualizar potenciales necesidades en las empresas del sector de eventos sociales y recreativos del municipio de La Ceja, durante la llamada nueva normalidad.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar el efecto económico generado por la pandemia a las empresas de eventos y entretenimiento en el municipio de La Ceja y las acciones de adaptación de dichas empresas en tiempos de crisis.

Objetivos Específicos

- Identificar los principales efectos de la crisis sobre el sostenimiento económico de las empresas en términos del flujo de ingresos de corto y mediano plazo.
- Documentar las dificultades y retos de los empresarios del sector para enfrentar la crisis, mediante una encuesta estructurada a las empresas de eventos y entretenimiento.
- Describir las mejores prácticas implementadas por las empresas del sector, para garantizar su sostenimiento en el corto y mediano plazo.

MARCO TEORICO

Para analizar la transformación de las empresas que han asumido el tema de la crisis del Covid 19 en el sector de eventos de una manera eficiente, es necesario considerar expresiones y conceptos como la gestión del cambio, de tal manera que es ésta la situación en la que se enfrentan las empresas del sector a la hora de abordar situaciones no esperadas (Banco Mundial, 2020; Aviles & Mafla, 2014); de igual modo la parte de gestión y transformación organizacional enfrenta una situación compleja en el marco de todas las decisiones que se deben tomar para abordar las dificultades sugeridas por una pandemia de las proporciones que se generó (Banco Mundial, 2021).

Goleman (1995) escribió que “la capacidad de adaptación es la competencia emocional más necesaria en los nuevos tiempos”. Hoy nadie lo duda y quizá por ello en las entrevistas de selección de personal, sea cual sea el puesto de trabajo que se pretenda lograr, todos los candidatos han aprendido a afirmar con rotundidad que una de sus cualidades es precisamente esa, la adaptabilidad, como lo relata (Arturo, 2020); y hoy en día esto lo debemos aplicar a lo que cada empresa u organización está afrontando, tener esa capacidad de adaptarnos a los nuevos tiempos, a las nuevas formas de sobrevivir en un entorno en donde cada día la competitividad y los nuevos retos son el pan de cada día, esa capacidad emocional de adaptarnos es la que nos lleva a fortalecer los objetivos y planes propuestos (Banco de la Republica, 2020).

La capacidad de adaptación se pone a prueba durante los tiempos de dificultad y crisis; es entonces cuando queda patente la capacidad de adaptación corresponde a una variable significativa a la hora de sortear retos (Arturo, 2020), conectando esa capacidad de adaptación, hay que tener en cuenta, la gestión del cambio, que es un enfoque estructurado para gestionar los aspectos de cambio relacionados con las personas y la organización para lograr los resultados comerciales deseados según (Fernandez, 2020); Su objetivo es ayudar a la administración, los empleados y las partes interesadas a aceptar el cambio en su entorno empresarial actual.

Esto a menudo implica realizar evaluaciones formales de los efectos y retos de los procesos de cambio y transformación, desarrollar planes de acción individuales, mejorar las comunicaciones y proporcionar capacitación para contrarrestar la resistencia, como lo expresa (Galpin, 1999). Lo cual usualmente manifiesta como resultados el reconocimiento de estos planes como herramienta trascendental para alinear los cambios a la dirección estratégica esperada por la organización.

Ahora bien, la administración estratégica, es un tema que no podemos dejar pasar por alto en el estudio de este caso y vemos la definición por autores diversos, estando estos en sintonía con la forma de concebirla, pues en la mayoría de los casos existen coincidencias en los elementos o aspectos claves considerados en su definición. Citando un clásico en el área,

“David (2003), plantea que esta puede ser definida como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permiten a una empresa lograr sus objetivos; delinea por un lado la misión de la organización, mientras que por el otro lado su dirección futura, los objetivos estratégicos a largo plazo, a la vez que define estrategias y políticas para lograrlos; todo ello apoyado en procesos de evaluación del entorno tanto externo como interno a la organización citado por (González, Salazar, & Ortiz, 2019; Payares, 2018). Para David (2003), la administración estratégica es un proceso que inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. Permite tomar decisiones sobre el tipo de esfuerzos de planeación que deben hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, qué se hará con los resultados”. González, Jorge; Salazar, Flor; Ortiz, Raúl; Verdugo, Darwin (2019); la planeación estratégica es considerada sistemática y simultáneamente organizada y conducida con base en una realidad entendida (LIMA, AGUILAR, & MEDINA, 2008). Pero para una gran mayoría de las empresas, representa una serie de planes y acciones producidas después de un periodo de tiempo específico.

Teniendo en cuenta esta información David (2003), establece que la administración estratégica, se concentra en la formulación de estrategias de una empresa basada en la creación de un conjunto de ventajas competitivas, como parte de un sistema de planeamiento sistemático; en tiempos de reinención de las empresas es importante tener presente estas apreciaciones, que nos dan autores en sus libros para tenerlo como guías o instrumentos que nos llevarán al éxito del desarrollo de los objetivos y metas planteadas (Payares, 2018).

Por su parte Francés (2006) comparte las definiciones anteriores al plantear la planeación estratégica como “*un proceso sistemático que establece lineamientos estratégicos para una organización*” (González, Salazar, & Ortiz, 2019), así pues la planeación estratégica es planteada como un proceso el cual toma en cuenta la incertidumbre al identificar oportunidades y amenazas en el entorno, y busca emprender acciones que den lugar a la anticipación de lo que otros actores pueden realizar ante las condiciones del entorno, sin perder de vista la permanente necesidad de alinear las estratégicas en la medida en la que las condiciones varían o se obtiene nueva información respecto al entorno, que surge de la actividad diaria, y que se incorpora a la estrategia formulada (Rozo-Sánchez, Flórez-Garay, Gutiérrez-Suárez, & Carlos, 2019). González, Salazar, & Ortiz, resaltan que algunos autores entre los que destacan a Betancourt (2006) debe ser vista como: el arte y/o ciencia de anticipar y generar el cambio, con el propósito de crear permanentemente estrategias que permitan garantizar el futuro del negocio (González García & et al, 2018), Rivas y Velásquez (2009) plantean que: la gerencia estratégica, se puede concebir como una estructura teórica para la reflexión acerca de las grandes opciones de la empresa, reflexión que se fundamenta en una nueva cultura organizacional y una nueva actitud de la dirección, donde ya no se trata de copiar las dificultades devenidas de un entorno turbulento sino ir a su encuentro, donde se huye de lo improvisado en busca de lo analítico y de lo formal. (González García & et al,

2018) dando lugar a la concepción socialmente generalizada de la planeación estratégica como una necesidad imperante de las organizaciones que se desarrolla a partir de la adquisición de información, su procesamiento y la puesta en marcha de actividades que puedan dar lugar a la reducción de los impactos ante panoramas negativos o por el contrario la maximización de los resultados ante oportunidades existentes (ANIF, 2020; BANREP, 2021; Banco Mundial, 2020).

El proceso de propagación del virus SARS-CoV-2 como resultado de las múltiples interacciones sociales, ha dado lugar a la necesidad de implementar acciones de mitigación de dicho contagio desde el ámbito de la reducción e incluso prohibición de una gran variedad de interacciones físico-personales que a la fecha hacían parte de la cultura de gran parte de las poblaciones alrededor del mundo (Ministerio de Salud y Protección social, 2020; OMS, 2021; OPS, 2021); de lo cual se observa pues, que COVID-19 y las medidas sanitarias implementadas para el control de la enfermedad, ha generado un impacto significativo en las empresas pertenecientes al sector de los eventos sociales y recreativos, al requerirse en gran medida la limitación o definitiva cancelación de las actividades propias de los servicios que este sector empresarial ofrece (Pérez & al, 2021). Posterior a las medidas sanitarias asociadas al COVID-19 y como resultado de la aparición de alternativas de vacunación, se ha venido dando un gradual proceso de reactivación económica en la cual se han reducido algunas de las medidas de bioseguridad y se ha instaurado nuevas dinámicas de interacción socio-culturales conocidas actualmente como “la nueva normalidad”; dichas acciones han permitido un proceso paulatino de reactivación de los modelos de negocio del sector de eventos sociales y recreativos los cuales traen consigo el peso de las acciones previas y los retos futuros del virus y las acciones gubernamentales implementadas por la enfermedad.

1. DISEÑO METODOLOGICO

Se ha propuesto documentar y revisar mediante datos estadísticos relativos a la afectación de la pandemia a las empresas de eventos y entretenimiento en el municipio de La Ceja, Antioquia; las nuevas formas de operar y los nuevos protocolos que se deben utilizar.

Adicionalmente, se realizó la revisión de datos estadísticos que permitan esbozar el panorama empresarial del sector respecto a apertura y cierre empresarial desde la perspectiva de los competidores, lo cual ante la falta de estadísticas puntuales del sector brinda un insumo base para la comprensión de la dinámica de los modelos de negocio de este sector durante el transcurso de la pandemia en el municipio de La Ceja; para el desarrollo de esta, se tomaron fuentes primarias mediante encuestas a los modelos de negocio afectados o involucrados en el tema, en el municipio.

Para resumir los aspectos metodológicos de esta propuesta de investigación, se plantean tres momentos definidos de la siguiente manera: i) a partir de una revisión de literatura enfocada a los efectos generales de la pandemia sobre el sector entretenimiento y las medidas de contención de la propagación del covid 19, identificar un panorama general de los efectos económicos producidos por la pandemia, ii) mediante la aplicación de un instrumento de recolección de información primaria tipo encuesta semi estructurada, identificar las afectaciones económicas directas de la pandemia sobre la actividad económica de las empresas del sector entretenimiento en el municipio de la Ceja del Tambo, definir las dificultades y retos de los empresarios de este sector de cara a la crisis económica e identificar las practicas recurrentes para reducir o menguar los efectos adversos de la reducción en la afluencia de público por pandemia y por las acciones de contención de propagación del virus implementadas por el Estado; iii) A partir de la información primaria y secundaria recolectada en el proyectos, contrastar y definir una serie de prácticas adecuadas por parte de los empresarios, de tal manera que sirvan de aprendizaje o recomendación para otros empresarios del sector.

A continuación, se ampliará el instrumento de recolección de información primaria y se detalla las preguntas y estructura de esta. Además, se ofrecen detalles sobre la selección de la población objeto de estudio y la muestra vinculada el presente estudio.

1.1 ANALIZAR LOS EFECTOS DE CORTO Y MEDIANO PLAZO SOBRE LA AFLUENCIA DE PÚBLICO Y GENERACIÓN DE EVENTOS.

Las encuestas a desarrollar, se dividen en dos subtemas de interés respecto de la investigación planteada, en primer lugar, se propone analizar los efectos de corto y mediano plazo sobre la afluencia de público y la generación de eventos, lo cual se lograra al intervenir los modelos de negocios asociados al sector de eventos sociales y recreativos de La Ceja y proponer una encuesta de evalué elementos que den lugar a la comprensión de la dinámica del fenómeno a partir de los elementos que se presentan a continuación.

Elementos de análisis respecto de los efectos en la afluencia de público y generación de eventos

Basados en los determinantes de los factores de oferta y demanda (Solano, 2015), de las principales variables de interés respecto del análisis sobre la variación en la oferta y demanda de los servicios de eventos y entretenimiento atribuibles al virus COV-19, en el municipio de La Ceja (Ant.).

Tabla 4 Variables intervinientes en la variación de la oferta y demanda

VARIACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA	DETERMINANTES DE LA OFERTA
	El precio del producto/servicio en el mercado.
	Los costos de los factores necesarios para tal producto/servicio.
	El tamaño del mercado o volumen de la demanda.
	Disponibilidad de los factores.
	Número de empresas competidoras.
	Cantidad de bienes producidos.
	DETERMINANTES DE LA DEMANDA
	Precio de un bien o servicio.
	Ingresos del consumidor.
	Precio de los bienes complementarios.
	Precio de los productos sustitutos.
	El gusto del consumidor.
	Expectativa de que los precios de un bien aumenten.
	Número de compradores activos en el mercado.
Calidad del producto.	

(Elaboración propia a partir de Vázquez Alvarado, Paulino, & Martínez (2015))

Las variables intervinientes en la variación de la oferta y demanda, constituyen elementos fundamentales en la determinación de los elementos a observar ante potenciales cambios en la oferta y demanda de productos y servicios de las empresas pertenecientes al sector de eventos sociales y recreativos, tal como se ha manifestado en los antecedentes de la investigación (Vázquez Alvarado, Paulino, & Martínez, 2015). Así pues, que se reconocen dichas variables como elementos base para la construcción de interrogantes potenciales para

la obtención de información relevante respecto a la percepción de los encuestados en relación con los cambios en oferta y demanda de los servicios sociales y recreativos, teniendo presente la necesidad de mantener un lenguaje comprensible y las potenciales limitaciones de las fuentes de información de la investigación adelantada.

Formato de interrogantes respecto de los efectos en la afluencia de público y generación de eventos

la encuesta se ha estructurado en dos secciones fundamentales, la primera parte correspondiente al set de preguntas de selección múltiple se plantea con el objetivo de establecer características demográficas de los participantes de la investigación adelantada y de este modo identificar tendencias sociodemográficas de los hábitos de alimentación de la población

Tabla 5 Set de preguntas demográficas

Pregunta	Alternativas de respuesta
Edad	<ul style="list-style-type: none"> • Menor a 18 • 18 años a 24 años • 25 años a 34 años • 35 años a 44 años • 45 años a 54 años • Más de 54
Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino
¿Cuál es tu nivel escolar?	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Pregrado • Maestría/Doctorado
¿Cuál es tu estado civil?	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Viudo • Divorciado
Hábitos respecto a la actividad física	<ul style="list-style-type: none"> • Deportista de alto rendimiento • Deportista ocasional • Sedentario • Otro
¿En qué rango de ingresos te encuentras?	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 1 SMMLV • Entre 1 y 2 SMMLV • Entre 3 y 4 SMMLV

- Más de 5 SMMLV

(Fuente: Elaboración propia)

La segunda sección del formulario plantea un set de afirmaciones en escala tipo Likert con cinco opciones de respuesta en nivel de acuerdo, con las alternativas de selección: 1. Totalmente de acuerdo, 2. De acuerdo, 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4. En desacuerdo y 5. Totalmente en desacuerdo. El set de afirmaciones que se presentan a continuación se asocia con las diferentes variables determinantes de la oferta y la demanda:

Tabla 6 Afirmaciones propuestas a evaluar según variables de análisis

N°	VARIABLE	AFIRMACIÓN
1	El tamaño del mercado o volumen de la demanda	Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, me vi obligado a cancelar o postergar algún evento por cuestiones económicas.
2	Los costos de los factores necesarios para tal producto/servicio.	Condiciones logísticas me llevaron a cancelar o postergar algún evento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19
3		Alguno de los productos o servicios necesarios para el desarrollo de un evento, me fue cancelado a causa de las medidas sanitarias del COVID-19
4	El precio del producto/servicio en el mercado	Alguno de mis proveedores para eventos sociales o actividades de entrenamiento, incrementaron sus precios durante las medidas sanitarias por el COVID-19
5	Número de empresas competidoras	Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, he tenido conocimiento del cierre de alguna empresa de eventos sociales o entretenimiento en mi municipio.
6		En mi municipio se ha iniciado nuevos modelos de negocio en el sector de eventos sociales o entretenimiento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19
7	Calidad del producto	Me siento insatisfecho respecto de las estrategias implementadas por las empresas de eventos sociales o recreativos, como alternativas de mitigación a las medidas sanitarias asociadas al COVID-19
8		Las empresas de eventos sociales y recreativos deberían haber implementado mayores soluciones tecnológicas y creativas para mitigar el impacto de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19
9	Número de compradores	Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, estuve buscando alternativas de servicios para eventos sociales y recreativos en mi municipio

	activos en el mercado	
10	Expectativa de que los precios de un bien aumenten	Los precios de los servicios para eventos sociales o recreativos incrementaron durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19
11		Los precios de los servicios de eventos sociales y recreativos debieron incrementarse, durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19
12		Las empresas de servicios de eventos sociales y recreativos deberían haber reducido sus precios, durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19
13	Ingresos del consumidor	Durante la pandemia del COVID-19, los ingresos de mi núcleo familiar se vieron reducidos.
14		Mi empleador presento retrasos en el pago de los salarios, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociada al COVID-19

(Fuente: Elaboración propia)

La encuesta con escala de Likert es un método de recopilación de datos o información, lo que significa que es fácil de entender y responder. Este es un método de encuestas útil para medir la opinión o actitud de un encuestado hacia un tema determinado y por tal motivo se ha considerado la alternativa más apropiada para esta parte de la investigación.

De este modo al tabular los resultados de cada una de las afirmaciones y realizar un ejercicio de procesamiento de datos, se podrá contar con estimaciones realista de la percepción de los residentes del municipio de La Ceja, respecto del tema estudiado.

1.2 IDENTIFICACIÓN DE DIFICULTADES Y RETOS DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR PARA ENFRENTAR LA CRISIS

Parte de los objetivos de la investigación adelantada es identificar de dificultades y retos de los empresarios del sector, por lo cual, adicional a la observación de efectos de corto y mediano plazo asociados a las medidas sanitarias relacionadas con el COVID-19 se plantea complementar las variables anteriormente descritas con potenciales factores que describen los retos de las empresas del sector durante la vigencia de las mencionadas medidas sanitarias, se espera obtener información relevante respecto de las principales dificultades observadas por los empresarios que hacen parte del sector de eventos y entretenimiento como consecuencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19 y las mejores prácticas implementadas para garantizar la supervivencia de sus empresas, por medio de una encuesta estructurada a las empresas de eventos y entretenimiento.

En este sentido durante la vigencia de las medidas económicas y sanitarias asociadas al COVID-19 la Organización Mundial de la Salud – OMS ha venido desarrollando campañas de capacitación respecto de las principales acciones a tener presente durante el desarrollo de reuniones sociales durante esta pandemia, dichas recomendaciones básicas son consideradas el insumo base para comprender los primeros retos a los cuales se ven enfrentados los empresarios del sector de eventos sociales y actividades recreativas durante esta etapa de documentación de retos y dificultades para este sector en el municipio de La Ceja, durante esta pandemia (OMS, 2021).

Así entonces, el set de recomendaciones básicas planteadas por la OMS para el desarrollo de actividades sociales durante la pandemia del COVID-19, se consolidan en las siguientes: 1. Infórmese bien sobre las normativas locales y cúmplalas, 2. Quédese en casa si se siente mal, 3. Póngase una mascarilla si las autoridades locales así lo recomiendan, 4. Cumpla siempre estas tres medidas básicas, las cuales con descritas como I. Manténgase al menos a un metro de los demás, II. Si tose o estornuda, cúbrase con el interior del codo o con un pañuelo de papel y deséchelo inmediatamente en un cubo con tapa cerrada. Evite tocarse los ojos, la nariz y la boca, III. Lávese las manos con frecuencia. 5. Opte por espacios al aire libre en lugar de interiores. Si no es posible, dé prioridad a los espacios bien ventilados, 6. Minimice las aglomeraciones; para ello, escalone las llegadas y las salidas, numere las entradas, designe los asientos o localidades y haga marcas en el suelo y 7. Proporcione todos los suministros necesarios: puestos para la higiene de las manos, gel hidroalcohólico para las manos o agua y jabón, pañuelos de papel, cubos de basura, marcadores de distancia, mascarillas (de conformidad con las recomendaciones locales).

Elementos de análisis respecto de las dificultades y retos de las empresas de eventos durante medidas asociadas al COVID-19

La pandemia de COVID-19 ha transformado en gran medida la forma como se deben planificar y desarrollar los eventos sociales. Por lo tanto, las tendencias en esta área se han orientado en mantener las medidas de seguridad sanitaria que sea han establecido para frenar el avance del virus COVID-19 y evitar nuevos casos (OSTELEA, 2021), entre las medidas implementadas por el sector se resaltan:

Tabla 7 Principales medidas sanitarias implementadas

Limitación de participantes o contratación de espacios lo suficientemente grandes como para garantizar el distanciamiento social: los espacios abiertos tienen prioridad y aquellos con buena ventilación.
Implementación de medidas de sanidad e higiene requeridas: estaciones de desinfección y dispensadores de gel anti bacterial en distintos puntos del evento.

Desarrollo de eventos híbridos: los asistentes disfrutaban de una experiencia dual presencial-online y donde los participantes que no pueden asistir de forma presencial pueden acceder en línea. La opción disminuye el número de personas aglomeradas sin disminuir con ello el número de asistentes.

Dependencia de las legislaciones y decisiones de los organismos públicos y organizaciones especializadas, para la planificación y el desarrollo de los eventos sociales.
--

Flexibilidad en las agendas del evento para que puedan ser reprogramada inmediatamente en caso de que haya cambios de última hora.
--

(Elaboración propia a partir de OMS (2021))

Las anteriores actividades guardan concordancia con el documento técnico, Abecé Sobre acciones implementadas por el Gobierno Nacional frente al Coronavirus Covid-19 pensando en el Sector Empresarial presentado por el Gobierno Nacional de Colombia (Republica de Colombia, 2020), documento en el cual se define a nivel macro como los principales retos para el sector empresarial durante la pandemia los siguientes: 1. Mitigar desabastecimiento de materias primas y mejorar acceso a productos esenciales, 2. Aliviar las dificultades de liquidez de las empresas y mejorar el acceso al crédito, 3. Facilitar el cumplimiento de las obligaciones empresariales, 4. Generar mecanismos que minimicen la desvinculación laboral y 5. Incentivar el consumo nacional

No obstante, además de las limitaciones que se imponen para el sector de eventos sociales y actividades recreativas, a nivel mundial las empresas del sector se ven enfrentadas a mantener acciones en pro de la lucha contra la pandemia del COVID-19 al mismo tiempo que trabajan por mantenerse a la vanguardia y en cumplimiento con las expectativas y demandas de los clientes, por tal razón resulta relevante para la investigación desarrollada, tener presentes las principales tendencias del sector de los eventos sociales para los periodos correspondientes entre el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del 2021, como parte de los retos a los que se enfrenta durante la pandemia del COVID-19.

De acuerdo con una investigación adelantada por Meeting and Events de CWT entre los temas más relevantes por parte de los clientes del sector de eventos sociales y recreativos, que han determinado el liderazgo de algunas empresas de este sector durante la actual contingencia mundial (Meeting and Events de CWT, 2020):

Tabla 8 Principales temas de interés para los clientes de eventos sociales y recreativos, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19

La demanda superará a la oferta
Los asistentes siguen prefiriendo los eventos cara a cara
Eventos con enfoque sostenible, tendencia y realidad
El destino turístico donde se realiza el evento
Personalización de las experiencias

Enfoque de bienestar
Los espacios para eventos ya no son los tradicionales
Transmisiones en vivo
Inteligencia artificial y reconocimiento facial
Realidad aumentada y virtual

(Elaboración propia a partir de Meeting and Events de CWT (2020))

Población objetivo

La imposibilidad de realizar muestreos probabilísticos es el condicionante operativo más importante en el estudio de muchas poblaciones de interés de difícil abordaje (desconocimiento de la población, sensibilidad en la temática, dispersión geográfica). Tal es su importancia, que la fase de muestreo es determinante para la definición de la metodología y de las técnicas de recolección de datos e incide en la validez y alcance de los resultados de la investigación. En este contexto, la aplicación de metodología cuantitativa requiere de un tamaño muestral adecuado que permita garantizar la representatividad y/o generalización de los resultados; mientras que, en el caso de la metodología cualitativa, el análisis se centra en el estudio en profundidad de pequeños grupos, priorizando la riqueza de información (Beltran & Gorju, 2012).

Para el desarrollo de la investigación se adelantaron acercamientos con la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad del municipio de La Ceja y la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, con el objetivo de obtener información respecto a las condiciones de las empresas del sector de eventos sociales y recreativos en el municipio de La Ceja durante la pandemia por el COVID-19 o en su defecto cifras estadísticas del sector por medio de las cuales se pueda obtener un tamaño de población y/o canales de contacto para el desarrollo de la presente investigación; Sin embargo, no fue posible obtener dicha información por parte de estas entidades, dada la especificidad de la información solicitada.

El muestreo de bola de nieve se define como “una técnica para encontrar al objeto de investigación. En la misma, un sujeto le da al investigador el nombre de otro, que a su vez proporciona el nombre de un tercero, y así sucesivamente”. Este método suele asociarse a investigaciones exploratorias, cualitativas y descriptivas, sobre todo en los estudios en los que los encuestados son pocos en número o se necesita un elevado nivel de confianza para desarrollarlas. Aunque las semillas iniciales en el muestreo de bola de nieve son, en teoría, elegidos al azar, es difícil llevar a cabo en la práctica y se seleccionan a través de un método de muestreo de conveniencia (Beltran & Gorju, 2012).

El avance de las tecnologías de la información ha facilitado el estudio de poblaciones ocultas. El uso de técnicas online se observa principalmente en la fase de recolección de datos (cuestionarios online, entrevistas mediadas por internet, grabaciones y filmaciones en técnicas de observación participante). Algunos autores demuestran que la tasa de respuesta de los estudios online depende de las estrategias de contacto personalizado, el interés de los individuos de los temas abordados, los incentivos y la longitud de la encuesta y los factores técnicos; sin embargo, en muchos campos de investigación puede ser un poderoso instrumento para mejorar el alcance de los estudios, maximizar la relación tiempo-costos y aumentar el tamaño de la muestra (González García & et al, 2018).

Por todo lo anterior, se definió que el muestreo por bola de nieve a través de redes sociales será la forma de muestreo más apropiada para esta sección del estudio.

Formato de encuesta

La primera parte de la encuesta se centra en hacer una segmentación demográfica de los participantes por lo cual se plantea un set de preguntas de contexto:

1. Seleccione el rango de edad al que pertenece
2. Seleccione el sexo con el que se identifica
3. seleccione su nivel de escolaridad

Para la construcción del formulario a implementar, se ha utilizado entonces los principales factores a tener en cuenta por parte de las empresas del sector de actividades sociales y recreativas, propuestas por la Organización Mundial de la Salud, el Gobierno Nacional de la República de Colombia y Meeting and Events de CWT, como variables de estudio, teniendo como resultado el set de preguntas que se presentan a continuación:

El primer set de preguntas presentadas se plantea de forma dicotómica, en las cuales el encuestado podrá responder en términos de SI o NO:

1. ¿Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, alguno de los clientes se vio obligado a cancelar o postergar algún evento por cuestiones económicas?
2. Alguno de los productos o servicios necesarios para el desarrollo de un evento, fue cancelado por parte del proveedor a causa de las medidas sanitarias del COVID-19.
3. Alguno de los proveedores para eventos sociales o actividades de entretenimiento, incrementaron sus precios durante las medidas sanitarias por el COVID-19.
4. Condiciones logísticas llevaron a cancelar o postergar algún evento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19.

5. Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, ha habido cierre de alguna empresa de eventos sociales o entretenimiento en el municipio.
6. En el municipio se han iniciado nuevos modelos de negocio en el sector de eventos sociales o entretenimiento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19.
7. Las estrategias implementadas por la empresa como alternativas de mitigación los impactos del virus COVID-19 y las medidas sanitarias adoptadas para la mitigación de los efectos de la pandemia, fueron satisfactorias para la reactivación económica de la empresa.
8. Las empresas de eventos sociales y recreativos deberían haber implementado mayores soluciones tecnológicas y creativas para mitigar el impacto de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19.
9. Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, la empresa ha buscado alternativas complementarias de servicios para eventos sociales y recreativos en mi municipio.
10. Los PRECIOS de los servicios para eventos sociales o recreativos, incrementaron durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19.
11. Los COSTOS de los servicios para eventos sociales o recreativos, incrementaron durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19.
12. Las empresas de servicios de eventos sociales y recreativos deberían haber reducido sus precios, durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19.
13. Durante la pandemia del COVID-19, los clientes han manifestado reducción en sus ingresos.
14. Los clientes presentaron retrasos en los pagos, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociada al COVID-19.

El set final de interrogantes, se plantean como preguntas abiertas en las cuales se espera obtener información más detallada de las estrategias y retos observados por parte de las empresas del sector de actividades sociales y recreativas:

1. ¿De qué forma se ha desarrollado el proceso de implementación de protocolos de Bioseguridad, para el proceso de reactivación económica de la empresa?
2. ¿Qué impacto han tenido las decisiones gubernamentales asociadas al COVID-19, para el desarrollo de la actividad comercial?
3. ¿Qué estrategias de mitigación ha implementado para afrontar dificultades de abastecimiento durante la contingencia del COVID-10?
4. ¿Qué estrategias ha implementado la empresa, para afrontar dificultades de liquidez durante la contingencia del COVID-10?
5. ¿Qué mecanismos para minimizar la desvinculación laboral, ha implementado la empresa durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19?
6. ¿Qué estrategias de personalización de eventos ha implementado la empresa, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19?

7. ¿Qué alternativas para orientar eventos sociales y recreativos a temas de sostenibilidad, ha implementado el modelo de negocio en vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19?

Tal como se puede observar en el set de preguntas abiertas, algunas de las interrogantes presentan una pregunta dicotómica previa la cual dará lugar a la relevancia de plantear o no la pregunta abierta y de este modo reducir la posibilidad de realizar preguntas a los encuestados de forma redundante o innecesaria.

Desarrollo de la encuesta

Para el desarrollo de la encuesta se presenta a los participantes el cuestionario a través de la plataforma Google forms la cual inicia con una descripción del objeto de la investigación para contextualizar a los participantes y evitar potenciales incertidumbres que limiten el desarrollo del ejercicio.

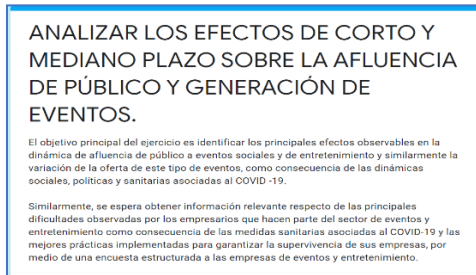


Ilustración 1 Descripción de la encuesta.
(Elaboración propia a través de Google Forms)

Tal como se planteó desde el desarrollo de la encuesta, el formulario se presenta a los participantes dividido en tres secciones fundamentales, la primera sección se compone de las preguntas demográficas las cuales permiten generar una descripción de la población participante desde la perspectiva de los elementos estadísticos más relevantes para la presente investigación (ver ilustración 3).

Seleccione el rango de edad al que pertenece *

Menor de 18

De 18 a 24

De 25 a 34

De 35 a 44

De 45 a 54

Mayor de 55

Seleccione el sexo con el que se identifica *

Masculino

Femenino

seleccione su nivel de escolaridad *

Primaria

Secundaria

Pregrado

Post-grado

Siguiete Página 1 de 3 Borrar formulario

Ilustración 2 Primera sección de la encuesta realizada
(Elaboración propia a través de Google Forms)

A continuación, se presenta la siguiente sección de la encuesta la cual está conformada por el set de preguntas en escala tipo Likert en la cual se pretende obtener una respuesta al usuario según el nivel de acuerdo o desacuerdo frente a las afirmaciones propuestas, tal como se puede observar en la ilustración 4.

¿CÓMO SE SIENTE RESPECTO DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES?

Responda a las siguientes afirmaciones, respecto al nivel de acuerdo que considere representa su postura personal respecto de la frase.

Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, alguno de los clientes se vio obligado a cancelar o postergar algún evento por cuestiones económicas *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Ilustración 3 Segunda sección del formulario correspondiente a preguntas en escala tipo Likert
(Elaboración propia a través de Google Forms)

En esta sección se ha presentado el total de las catorce (14) preguntas en escala Likert de cinco niveles, donde el primer nivel representa estar totalmente en desacuerdo con la afirmación, el nivel tres corresponde a un nivel indiferente respecto de esta (respuesta

neutral) y finalmente el quinto nivel representa el estar completamente de acuerdo con la afirmación.

La tercera y última parte de la encuesta corresponde al set de preguntas de selección múltiple con alternativa de respuesta complementaria a través de texto, en las cuales se presenta las alternativas más comunes de selección para el elemento estudiado y se abre la alternativa a respuestas complementarias que den lugar a nuevas discusiones o perspectivas de respuesta (ver ilustración 5).

ESTRATEGIAS PARA ENFRENTAR LA CONTINGENCIA DEL COVID-19

Durante la siguiente sección se planteará una serie de interrogantes en las cuales se espera comprender las estrategias que el modelo de negocio ha implementado para enfrentar la contingencia asociada al virus COVID-19.

¿De qué forma se ha desarrollado el proceso de implementación de protocolos de Bioseguridad, para el proceso de reactivación económica de la empresa? *

Tu respuesta

¿Qué impacto han tenido las decisiones gubernamentales asociadas al COVID-19, para el desarrollo de la actividad comercial? *

- Retorno de los clientes
- Reactivación del flujo de ingresos
- Control de infectados
- Otro: _____

Ilustración 4 Tercera sección del formulario correspondiente a respuestas de selección múltiple con múltiples respuestas y alternativa de texto complementario. (Elaboración propia a través de Google Forms)

2 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

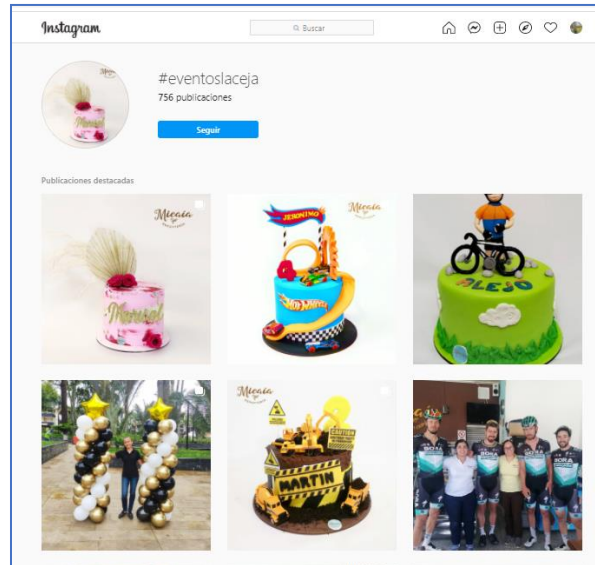
Durante la esta sección se presentan los resultados del ejercicio investigativo, desarrollado con respecto a las dificultades y retos de los empresarios del sector de eventos sociales y de entretenimiento en el municipio de La Ceja – Antioquia, desde dos perspectivas de análisis fundamentales, en primer lugar, se propone desarrollar un ejercicio descriptivo de los resultados generales de la encuesta a partir de los gráficos y consolidados de google forms; de forma complementaria se procede a realizar un análisis cruzado de los resultados más relevantes en relación a las dificultades y retos del sector, frente a las variables demográficas resultantes.

RESULTADOS DEL EJERCICIO INVESTIGATIVO “DIFICULTADES Y RETOS DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR PARA ENFRENTAR LA CRISIS”

Resultados demográficos

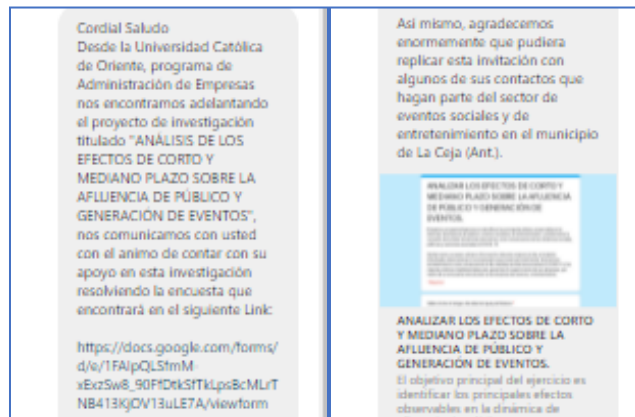
Es de resaltar que ante la usencia de datos estadísticos claros que permitieran la identificación de la población real de unidades económicas pertenecientes al sector de eventos sociales y de entretenimiento en el municipio de la ceja, se ha determinado como la mejor estrategia de recolección del método de muestreo “Snowball”, la cual a partir del contacto inicial de potenciales participantes, permitiría en acercamiento radial a nuevos y potenciales modelos de negocio de relevancia para el estudio desarrollado.

En tal sentido se procedió a seleccionar las redes sociales Instagram y Whatsapp como fuentes de información y contacto inicial con la población a encuestar, para lo cual se ha seleccionado el hash tag #eventoslceja, el cual tuvo como resultado más de 750 publicaciones cifradas con la mencionada palabra clave (Ver ilustración 6), presentando diferentes actividades y eventos desarrollados en el municipio de La Ceja permitiendo de este modo obtener resultados vigentes, pertinentes y fidedignos de empresas del sector que desarrollan actividades en el municipio.



*Ilustración 5 Resultados de la búsqueda por palabra clave #Eventoslajeja
(Elaboración propia a través de Google Forms)*

Basados en los resultados de la búsqueda, se procedió a realizar una selección de los modelos de negocio aptos para desarrollar el formulario de la presente investigación y en tal sentido fueron contactados por medio de un mensaje en el cual inicialmente se identifica la fuente y aval de la investigación, el propósito de la misma y se comparte el link de acceso al formulario propuesto, finalmente se procede a solicitar formalmente que sea compartido el mensaje con empresas del sector con el objetivo de llegar a potenciales participantes que no hagan parte de la muestra inicial.



*Ilustración 6 Invitación a participar de la encuesta y solicitud de réplica del mismo
(Elaboración propia a través de Google Forms)*

El desarrollo de la mencionada actividad tuvo como resultado la participación de 22 empresas pertenecientes al sector de eventos sociales y recreativos en el municipio de La Ceja, de los cuales tal como se observa en la ilustración 8, se contó con una participación mayoritaria de personas pertenecientes al segmento de edades entre los 35 y los 44 años con un 40,9% de los encuestados, seguido del segmento entre los 18 y 24 años con un 27,3% de la muestra.

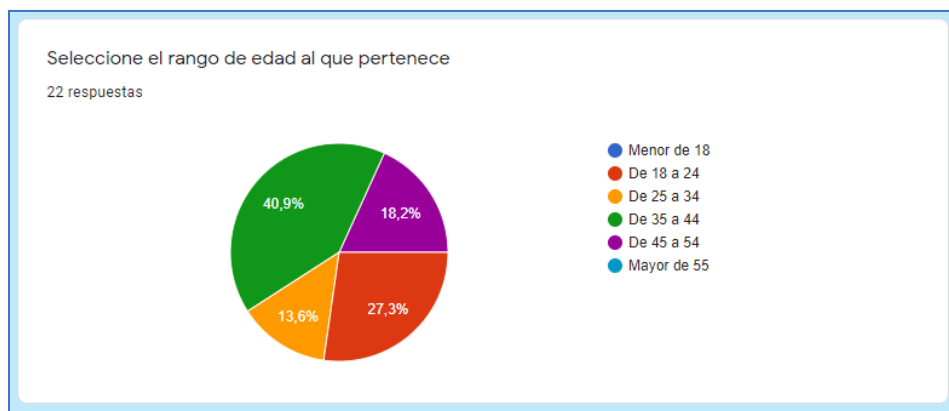


Ilustración 7 Resultados de la encuesta a partir de segmentos de edad (resultados del formulario desarrollado, Google Forms)

Respecto de la variable demográfica sexo, se obtuvo una participación mayoritaria por parte del género masculino con un 54,5% de los participantes, seguido de un 45,5% de participantes del género femenino.

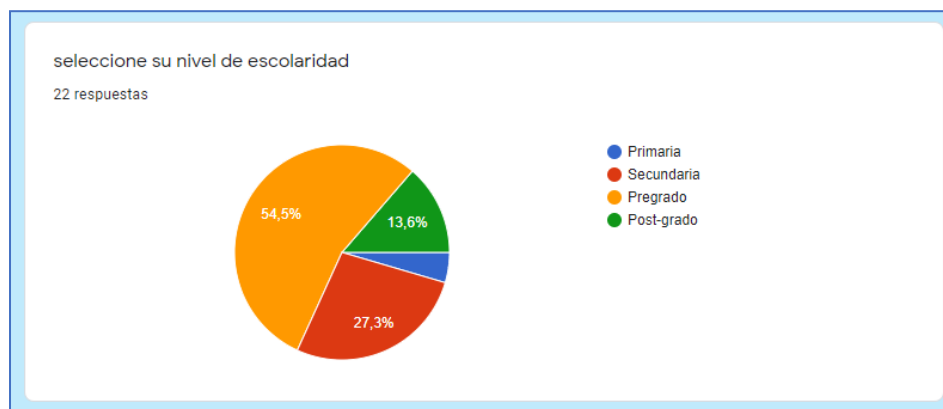


Ilustración 8 Resultados de la encuesta a partir de la variable demográfica "Nivel académico" (resultados del formulario desarrollado, Google Forms)

Para finalizar la sección de variables demográficas se presenta en la ilustración 9 los resultados de la encuesta a partir de la variable demográfica "Nivel académico" en la cual se observa una participación mayoritaria de personas con un nivel académico correspondiente a pregrado (54,5%), seguidos de un 27,3% de los participantes correspondientes al nivel académico de secundaria; El nivel académico como variable demográfica con menor número de participantes corresponde a las personas que han superado estudios académicos hasta el nivel primario con un 4,5% de los participantes.

Resultados por interrogante

Posterior a la observación de los resultados demográficos se procede a presentar el consolidado de las dos secciones de interrogantes temáticas del formulario, en las cuales se encuentra en primer lugar el set de preguntas en escala Likert de nivel de acuerdo. Tal como se ha descrito en otras secciones del presente documento, para las afirmaciones con respuesta en escala Likert se ha propuesto cinco niveles de acuerdo o desacuerdo, donde la primera opción (1) corresponde a una percepción totalmente en desacuerdo con la afirmación propuesta y en contraparte la escala asciende hasta llegar a la opción cinco (5) la cual corresponde a un total nivel de acuerdo con el mensaje de la correspondiente afirmación.

Para el desarrollo del ejercicio de análisis de estos resultados se ha propuesto una tabla (Ver tabla 2) consolidada de resultados, en la cual se presenta el set de afirmaciones con el correspondiente porcentaje de participantes que seleccionan cada una de las opciones propuestas; de forma complementaria se incluye un formato condicional en escala de colores el cual permite evidenciar las alternativas con mayor número de selecciones por parte de los participantes y en este sentido obtener un resultado global de la postura de la población encuestada frente a cada una de las afirmaciones.

Así entonces, con niveles de acuerdo superiores al 70% se observa que los empresarios del sector de eventos sociales y recreativos del municipio de La Ceja, se encuentran de acuerdo con afirmaciones respecto a procesos de re-agendamiento, cancelación y/o retrasos en los pagos de los eventos a desarrollar por parte de los clientes, lo cual guarda estrecha relación con altos niveles de aceptación respecto de las afirmaciones en las cuales se relaciona incrementos en precios, costos y el flujo de caja por parte de las empresas de eventos sociales y recreativos de La Ceja.

Tabla 9 Consolidado de resultados preguntas en escala likert

AFIRMACIÓN	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, alguno de los clientes se vio obligado a cancelar o postergar algún evento por cuestiones económicas	0%	0%	0%	18%	82%
Alguno de los productos o servicios necesarios para el desarrollo de un evento, fue cancelado por parte del proveedor a causa de las medidas sanitarias del COVID-19	0%	5%	0%	36%	59%
Alguno de los proveedores para eventos sociales o actividades de entretenimiento, incrementaron sus precios durante las medidas sanitarias por el COVID-19	0%	0%	9%	18%	73%
Condiciones logísticas llevaron a cancelar o postergar algún evento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19	0%	0%	5%	9%	86%
Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, ha habido cierre de alguna empresa de eventos sociales o entretenimiento en el municipio	5%	0%	5%	32%	59%
En el municipio se han iniciado nuevos modelos de negocio en el sector de eventos sociales o entretenimiento, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19	32%	14%	32%	14%	9%
Las estrategias implementadas por la empresa como alternativas de mitigación los impactos del virus COVID-19 y las medidas sanitarias adoptadas para la mitigación de los efectos de la pandemia, fueron satisfactorias para la reactivación económica de la empresa .	36%	23%	18%	14%	9%
Las empresas de eventos sociales y recreativos deberían haber implementado mayores soluciones tecnológicas y creativas para mitigar el impacto de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19	0%	9%	5%	5%	82%
Durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, la empresa ha buscado alternativas complementarias de servicios para eventos sociales y recreativos en mi municipio.	5%	5%	0%	9%	82%
Los PRECIOS de los servicios para eventos sociales o recreativos, incrementaron durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19	5%	5%	9%	9%	73%
Los COSTOS de los servicios para eventos sociales o recreativos, incrementaron durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19	0%	0%	5%	5%	91%
Las empresas de servicios de eventos sociales y recreativos deberían haber reducido sus precios, durante la vigencia de las medidas sanitarias por el COVID-19	73%	5%	5%	5%	14%
Durante la pandemia del COVID-19, los clientes han manifestado reducción en sus ingresos.	0%	0%	9%	5%	86%
Los clientes presentaron retrasos en los pagos, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociada al COVID-19	0%	0%	9%	14%	77%

(Elaboración propia a partir de resultados de Google Forms)

De forma complementaria se observa que, las empresas pertenecientes al sector de eventos sociales y recreativos del municipio de La Ceja del Tambo en Antioquia, reconocen con niveles de acuerdo superiores al 80%, la importancia de adelantar esfuerzos encaminados al desarrollo de soluciones tecnológicas e innovadoras, para lograr la dinamización e incremento de la competitividad de los modelos de negocio. Lo cual puede guardar relación con las afirmaciones respecto al incremento de costos y precios de los eventos sociales y recreativo durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, las cuales cuentan con niveles de aceptación de 91% y 73% respectivamente.

Por otra parte, se resalta el elevado nivel de rechazo por parte de la comunidad a la afirmación que propone la reducción de los costos del producto (73%) como una medida estratégica durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19.

4. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permiten evidenciar un nivel de aceptación de 91% y 73% de costos y precios de los eventos sociales y recreativo durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, lo cual sugiere que alrededor del 70% de los modelos de negocio pertenecientes al sector de eventos sociales y recreativos de La Ceja del Tambo (Ant.) presentaron dificultades respecto de las condiciones financieras de sus empresas, con particulares dificultades en cuanto a los costos operacionales o los precios de ventas de sus productos y servicios, durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19.

De forma similar, al analizar potenciales variaciones en cuanto a la afluencia de público y/o el proceso de generación de eventos, para el sector de eventos sociales y recreativos del municipio de la Ceja, se observó que la totalidad de los encuestados manifiestan haber evidenciado retrasos o cancelaciones por parte de los clientes, de las actividades programadas para ser desarrolladas durante las fechas en las cuales se decretaron aislamientos preventivos como medidas de mitigación ante la pandemia por el virus COVID-19.

El desarrollo de la actividad de investigación ha permitido la construcción de un análisis puntual de las condiciones del sector de eventos sociales y recreativos en el municipio de La Ceja, con elementos de gran valor documental y descriptivos como el Consolidado de resultados preguntas en escala Likert de la Tabla 6, el cual por medio de una estructuración de los resultados en segmentos de respuestas positivos y negativos, agrupa los resultados en escalas de colores, los cuales permiten una comprensión rápida de las tendencias observadas para las interrogantes y las variables analizadas.

El desarrollo de la investigación tuvo como resultado un total de 22 participantes a partir de los cuales fue posible realizar un proceso de análisis estadístico; no obstante, es de reconocer que, ante el desconocimiento de la muestra global de modelos de negocio pertenecientes a la industria de eventos sociales y recreativos en el municipio de La ceja, resulta complejo determinar si la muestra obtenida puede ser considerada como una muestra significativa o no, para la población estudiada. Y queda en este sentido abierta la puerta a la búsqueda de fuentes de información más precisas para la población de estudio, en futuras investigaciones.

De forma complementaria se observa que, las empresas pertenecientes al sector de eventos sociales y recreativos del municipio de La Ceja del Tambo en Antioquia reconocen con niveles de acuerdo superiores al 80%, la importancia de adelantar esfuerzos encaminados al desarrollo de soluciones tecnológicas e innovadoras, para lograr la dinamización e incremento de la competitividad de los modelos de negocio. Lo cual puede guardar relación con las afirmaciones respecto al incremento de costos y precios de los eventos sociales y recreativo durante la vigencia de las medidas sanitarias asociadas al COVID-19, las cuales cuentan con niveles de aceptación de 91% y 73% respectivamente.

se contó con una participación mayoritaria de personas pertenecientes al segmento de edades entre los 35 y los 44 años con un 40,9% de los encuestados, seguido del segmento entre los 18 y 24 años con un 27,3% de la muestra; Con relación al sexo, se obtuvo una participación mayoritariamente masculina con un 54,5% de los participantes, seguido de un 45,5% de participantes del género femenino y a partir de la variable demográfica “Nivel académico” en la cual se observa una participación mayoritaria de personas con un nivel académico correspondiente a pregrado (54,5%), seguidos de un 27,3% de los participantes correspondientes al nivel académico de secundaria; El nivel académico como variable demográfica con menor número de participantes corresponde a las personas que han superado estudios académicos hasta el nivel primario con un 4,5% de los participantes.

Finalmente, se concluye que las acciones de adaptación administrativas y operativas emprendidas por las empresas del sector eventos y entretenimiento, para superar la coyuntura en tiempos del COVID-19 y/o en respuesta a las medidas sanitarias emprendidas para la mitigación de la pandemia, se centraron en la búsqueda de alternativas de financiamiento entre las cuales se destaca el del nivel de deuda. De forma complementaria y en consecuencia con las variaciones en los precios de bienes y servicios, las empresas del sector se han visto impulsadas a incrementar los costos de sus productos y servicios. Respecto de las acciones operativas y logísticas se resalta la necesidad de cancelar y postergar eventos, así como implementación de soluciones tecnológicas que permitieron el desarrollo de algunos de los eventos, reduciendo el contacto humano y procurando la interacción de las personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anato. (18 de 05 de 2021). *Turismo MICE, clave para el crecimiento económico de las ciudades colombianas*. Obtenido de 2019: <https://anato.org/noticias/turismo-mice-clave-para-el-crecimiento-economico-de-las-ciudades-colombianas/>
- ANIF. (s.f.). Obtenido de <https://www.anif.com.co/sites/default/files/1505.pdf>
- ANIF. (15 de 02 de 2020). *Crecimiento del PIB en el primer trimestre de 2020: el efecto del virus se sintió con fuerza*. Obtenido de <https://www.anif.com.co/sites/default/files/1505.pdf>
- Arturo, M. (18 de 05 de 2020). *Crisis y capacidad de adaptación*. Obtenido de <https://murciaeconomia.com/art/2122/crisis-y-capacidad-de-adaptacion>
- Aviles, M. E., & Mafla, M. F. (2014). *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”*. Ibarra-Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.
- Banco de la republica. (2020). *¿Cómo se desempeñaba la economía antes del impacto del Covid-19?*. Bogota D.C.: Retrieved from In Medidas Banrep Covid-19. .
- Banco de la Republica. (07 de 05 de 2020). *Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/impacto-economico-regional-del-covid-19-colombia-analisis-insumo-producto>
- Banco Mundial. (11 de 08 de 2020). *Global Economic Prospects*. Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
- Banco Mundial. (07 de 05 de 2021). *Colombia: panorama general*. Obtenido de from <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- BANREP. (15 de 05 de 2021). *Banco de la republica de Colombia*. Obtenido de Evolución de la Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional. : https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/ibp_ene_dic_2019.pdf
- BANREP. (11 de 04 de 2021). *Informe de Política Monetaria 2020*. Obtenido de Banco de la Republica: <https://www.banrep.gov.co/es/informe-de-politica-monetaria>
- Beltran, F., & Gorju, M. T. (2012). Muestreo mixto online: Una aplicación en poblaciones ocultas. *Intangible Capital*, vol. 8, no 1, p. 123-149.
- Clinica Las Condes. (06 de 08 de 2020). *La Importancia De La Recreación En El Aprendizaje Y Desarrollo De Los Niño*. Obtenido de Blog Clinica las Condes: <https://www.clinicalascondes.cl/BLOG/Listado/Pediatria/importancia-recreacion-desarrollo-ninos>
- Cotelco. (17 de 08 de 2020). *Balance favorable para el sector hotelero en el primer semestre*. Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/Indicadoresjunio2019>

- DANE. (07 de 05 de 2021). *Índice de Precios al Consumidor -IPC- Histórico*. Obtenido de from <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-historico>
- El Espectador. (17 de 05 de 2020). *Así esta el panorama del sector de eventos en Colombia*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/contenido-patrocinado/asi-esta-el-panorama-del-sector-de-eventos-en-colombia-article/>
- Especiales, R. (2020). Así está el panorama del sector eventos en Colombia. *El Espectador*.
- Fedesarrollo. (2021). Las nuevas restricciones generan un costo económico entre 8,3 y 12,5 billones de pesos y la pérdida de al menos 146 mil empleos: Fedesarrollo. *Latinpyme*.
- Fernandez, C. (2020). *Impacto en el mercado laboral de las medidas de aislamiento para*. Bogota D.C. : Fedesarrollo .
- Fundación Iberoamericana Down21. (18 de 05 de 2021). *Concepto del ocio*. Obtenido de <https://www.downciclopedia.org/desarrollo-personal/ocio-y-tiempo-libre/847-seccion-para-profesionales.html?start=1>
- Galpin, T. J. (1999). La cara humana del cambio: una guía práctica para el rediseño de las organizaciones. . *Ediciones Díaz de Santos*.
- Goleman. (2019).
- González García, L. M., & et al. (2018). Muestreo virtual online basado en redes sociales para localización de teletrabajadores como participantes de un estudio realizado en Victoria de Durango, México. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, vol.8 no.15 Guadalajara.
- González, J., Salazar, F., & Ortiz, R. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(1), 242-267.
- González, M. C. (2019). La industria de reuniones pesa el 22 % en todo el turismo del país. . *El Tiempo*, <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/cifras-la-industria-de-reuniones-pesa-el-22-en-todo-el-turismo-de-colombia-402344>. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/cifras-la-industria-de-reuniones-pesa-el-22-en-todo-el-turismo-de-colombia-402344>
- Latin Pime. (07 de 05 de 2021). *Las nuevas restricciones generan un costo económico entre 8,3 y 12,5 billones de pesos y la pérdida de al menos 146 mil empleos: Fedesarrollo*. Obtenido de <https://www.latinpymes.com/las-nuevas-restricciones-generan-un-costo-economico-entre-83-y-125-billones-de-pesos-y-la-perdida-de-al-menos-146-mil-empleos-fedesarrollo/>
- LIMA, P. T., AGUILAR, J. V., & MEDINA, M. d. (2008). Planeación estratégica y desarrollo organizacional en instituciones educativas: el estudio de un caso universitario en México. *Revista Iberoamericana de educación*, 2-10.

- Meeting and Events de CWT . (30 de 06 de 2021). *Meeting and Events de CWT* . Obtenido de 2020 FUTURE TRENDS IN MEETINGS AND EVENTS: <https://www.cwt-meetings-events.com/insights/meetings-and-events-trends/>
- Meeting and Events de CWT. (20 de 12 de 2020). *The event planner's magazine EMC- CWT MEETINGS & EVENTS*. Obtenido de Espíritu que trasciende: <https://mdcmagazine.com/articulos/research/top/cwt-meetings--events>
- Mejía, L. F. (2020). *Covid-19: costos económicos en salud y en medidas de contención para Colombia*. Bogota D.C.: Fedesarrollo.
- Mendez, J. N. (2020). *Impacto de los aislamientos obligatorios por covid-19 sobre la pobreza total y extrema en Colombia*. Bogota D.C. : Fedesarrollo .
- Ministerio de Comercio . (18 de 05 de 2021). *MinComercio presentó Plan Estratégico para potenciar el turismo de reuniones* . Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/mincomercio-presento-plan-estrategico-para-potenci>
- Ministerio de Salud y Protección social. (2020). *Circular Externa 000011. , Pub. L. No. 000011, 1 (2020)*. Bogota D.C.: Minsalud.
- OMS. (07 de 06 de 2021). *Organización Mundial de la Salud - OMS*. Obtenido de Preguntas y respuestas sobre las pequeñas reuniones sociales y la COVID-19: https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-small-public-gatherings-and-covid-19?gclid=EAlalQobChMIm4XK_ujY8QIVCI2GCh0eJg0PEAAYASAAEgLRzFd_BwE
- OPS. (13 de 10 de 2021). *Cronología de la actuación ante el COVID-19*. Obtenido de Organización Panamericana de la Salud: <https://www.paho.org/es/panama/cronologia-actuacion-ante-covid-19>
- OSTELEA. (04 de 06 de 2021). *Tourism Management School*. Obtenido de Retos en organización de eventos: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/retos-en-organizacion-de-eventos>
- Payares, O. B. (2018). Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa. *Conocimiento Global*, 3(1), 50-55.
- Pérez, M. S., & al, e. (2021). La COVID-19 y el sector turístico en España: Impacto sobre el comportamiento del consumidor turístico. . *Universidad Almería*.
- Pieper, J. (11 de 05 de 2017). *El ocio y la existencia humana*. Obtenido de <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcrf7t8>
- Presidencia de la Republica. (2020). *Informe y Recomendaciones II*. <http://secretariasenado.gov.co/index.php/informe-estado-de-emergencia-covid-19/1555-informe-y-recomendaciones-ii>.

- Presidencia de la Republica. (2020). Medidas tomadas para el Aislamiento preventivo. Retrieved May 9, 2021. *Gobierno de Colombia*.
- Presidencia de la republica. (11 de 05 de 2021). *Medidas tomadas para el aislamiento preventivo*. Obtenido de <https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid19/acciones/acciones-de-aislamiento-selectivo.html>
- Presidencia de la Republica. (09 de 05 de 2021). *Presidente Duque anuncia Aislamiento Preventivo Obligatorio, en todo el país, a partir del próximo martes 24 de marzo, a las 23:59 horas, hasta el 13 de abril, a las cero horas*. Obtenido de <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Presidente-Duque-anuncia-Aislamiento-Preventivo-Obligatorio-todo-pais-a-partir-proximo-martes-24-marzo-a-la-23-59-ho-200320.aspx>
- Presidencia de la Republica. (02 de 05 de 2021). *Republica de Colombia* . Obtenido de En 2019, Inversión Extranjera Directa en Colombia creció 25,6% y alcanzó los US\$14.493 millones, su mayor nivel desde 2014. : <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/2019-Inversion-Extranjera-Directa-en-Colombia-crecio-25-6-y-alcanzo-los-US-14-493-millones-su-mayor-nivel-desde-2014-200302.aspx>
- Primo Tapia, W. d. (2017). Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital. *Management Review*. Obtenido de <https://doi.org/10.18583/umr.v2i2.65>
- Procolombia. (2019). *Contribución Económica de la Industria de Reuniones en Colombia*. Obtenido de https://newsletter.procolombia.co/2020/Turismo/infografiaMICE/2019_ContribucionEconmicaColombia_Maestro_FINAL_rev.pdf
- Procolombia. (17 de 05 de 2021). *Eventos con legado y sostenibilidad ambiental*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/eventos-con-legado-y-sostenibilidad-ambiental>
- Quevedo, G. C., & Lafuente:, C. F. (2013). LOS EVENTOS EN EL ÁMBITO DE LA EMPRESA. *Revista de comunicaciones de la SEECI*, 34.
- Republica de Colombia. (2020). *Abecé Sobre acciones implementadas por el Gobierno Nacional frente al Coronavirus Covid-19 pensando en el Sector Empresarial* . Bogota D.C. : Gobierno Nacional de Colombia.
- Republica de Colombia. (12 de 05 de 2020). *Directiva presidencial N° 02 (pp. 1–2). pp. 1–2*. Obtenido de https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid19/docs/acciones/11Marzo/directiva_presidencial_02_del_12_de_marzo_de_2020.pdf
- Rozo-Sánchez, A., Flórez-Garay, A., Gutiérrez-Suárez, & Carlos. (2019). Liderazgo organizacional como elemento clave para la dirección estratégica. *AiBi Revista de investigación, administración e ingeniería* , 7.2 (2019): 62-67.
- Sanjurjo Rivera, E., & Islas Cortés, I. (2007). Valoración económica de la actividad recreativa en el río Colorado. *SCielo*, p.147-172.

Solano, J. E. (2015). *ANÁLISIS DE DETERMINANTES DE OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS EN EL SECTOR PUBLICITARIO Y DE BRANDING EN COLOMBIA*. MEDELLÍN: UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN.

Universidad de Antioquia. (08 de 07 de 2020). *Al día con la covid 19*. Obtenido de <http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/53137e69-694d-40d1-a77e-83222b0f1ac7/Al+d%C3%ADa+con+la+COVID-+19+8+de+julio.pdf?MOD=AJPERES&CVID=ncXWWrr#:~:text=La%20industria%20del%20entretimiento%20tambi%C3%A9n,vital%20para%20la%20vida%20humana>.

Vázquez Alvarado, J. M., Paulino, M. Á., & Martínez, D. (2015). Estimación empírica de elasticidades de oferta y demanda. . *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, vol. 6, no 5, p. 955-965.

Worldbank. (13 de 10 de 2021). *La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. Obtenido de Banco Mundial - BIRF-AIF: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. *Alka*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=189057>