



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
METROPOLITANA  
*del Estado de Chile*

ISSN: 0719-3688 (en línea)  
Vol. 10 / N° 2  
Segundo semestre 2022

# REVISTA DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y ESTRATÉGICOS

PROGRAMA DE ESTUDIO  
DE POLÍTICAS PÚBLICAS



Visita nuestro sitio web

# IMPACTO DE LA PANDEMIA EN LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO TURÍSTICO. CASO SANTIAGO DE CALI-COLOMBIA

*IMPACT OF THE PANDEMIC ON COMPETITIVENESS AND  
TOURISM DEVELOPMENT. SANTIAGO DE CALI-COLOMBIA CASE*

---

autores

**Francisney Vera-Jaramillo\***  
**Dr. Alexander Zúñiga-Collazos\*\***  
**Dr. Edgar Julián Galvez-Albarracín\*\*\***

---

Artículo recibido el 20 de septiembre de 2022  
y aceptado el 13 de diciembre de 2022.

## RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito analizar el impacto antes, durante y después de la pandemia causada por el Covid-19 en el desarrollo y competitividad turística de un destino en un país en desarrollo. Para ello, se analizaron los datos que reflejaban el comportamiento turístico de Santiago de Cali, Colombia, en el periodo 2019-2022. Asimismo se analizaron los resultados de los índices de competitividad turística, tanto global como local del destino objeto de interés. Los hallazgos demostraron tendencias positivas en algunos de los índices de competitividad a nivel regional y local. Sin embargo, algunos pilares de competitividad asociados con la seguridad y la infraestructura muestran estancamientos o deterioramiento. Así, el estudio muestra una reactivación que se puede considerar muy positiva, superando incluso algunos indicadores de desarrollo turístico de la época prepandemia. Otros análisis, repercusiones y recomendaciones a los *stakeholders* de la cadena turística del destino son discutidos.

**PALABRAS CLAVE:** pandemia, covid-19, competitividad, desarrollo turístico, Colombia

## ABSTRACT

The main purpose of this study is to analyze the impact before, during and after the pandemic caused by Covid-19 on the development and tourism competitiveness of a destination located in a developing country. For this, the data reflecting the tourist behavior of Santiago de Cali, Colombia in the period 2019 to 2022 were analyzed, in the same sense, the results of the tourist competitiveness indices, both global and local, of the destination object of interest were analyzed. The findings showed positive trends in some of the competitiveness indices at the regional and local levels. However, some pillars of competitiveness associated with security and infrastructure show stagnation or deterioration. On the other hand, the study shows a reactivation that can be considered very positive, even surpassing some indicators of tourism development from the pre-pandemic period. Other analyses, repercussions, and recommendations to the stakeholders of the tourist chain of the destination are discussed.

**KEY WORDS:** pandemic, covid-19, competitiveness, tourism development, Colombia

---

\* Candidata a doctora del Programa de Doctorado de Administración de la Universidad del Valle. Correo electrónico: francisney.vera@correounivalle.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9793-5205>. Santiago de Cali, Colombia.

\*\* Doctor en Perspectivas Científicas del Turismo y Gestión de Empresas Turísticas, Profesor de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle, . Correo electrónico: alexander.zuniga@correounivalle.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0337-6113>. Santiago de Cali, Colombia.

\*\*\* Doctor en Administración. Profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle. Correo electrónico: edgar.galvez@correounivalle.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3972-2310>. Santiago de Cali, Colombia.

## INTRODUCCIÓN

2020 y 2021 fueron años particulares para la sociedad caleña. Las situaciones como la pandemia generada por el Covid-19 y el Paro Nacional del año 2021 afectaron los sectores económico, social y sanitario, según la Gobernación del Valle del Cauca (2020) en el sector servicios, específicamente algunas empresas turísticas cerraron sus puertas y se perdieron siete mil puestos de trabajo. Además, las ventas globales del sector presentaron una caída del 63%. Para abril de 2022 la situación mejora, pero no se reestablece totalmente.

El sector del turismo aporta un 3,9% del PIB de Cali, además genera a la fecha 1161 nuevos empleos, según la Secretaría de Turismo (C. Ariel, comunicación personal, 3 de junio de 2022), lo que muestra su importancia tanto económica como social para la ciudad. Sin embargo, una revisión de literatura previa no pudo identificar estudios que analizaran el efecto de la pandemia en la competitividad y desarrollo turísticos en destinos en desarrollo como el objeto de este estudio. Para ello, la investigación planteada busca contribuir a llenar ese vacío de investigación, aportando en su gestión a entes gubernamentales y privados que les corresponde o pueden estar interesados en apoyar su desarrollo competitivo. Además, en el contexto de la globalización, la competitividad es un elemento clave en el desarrollo económico de las naciones (Domareski y Chim Miki, 2019). Un alto nivel de competitividad turística es necesario para fortalecer un destino turístico. Es decir, los destinos turísticos más competitivos tienen más éxito (Kubickova y Li, 2017).

En consecuencia, esta investigación tiene como propósito analizar el contexto del sector turismo del Distrito de Santiago de Cali, Colombia, pero también, plantear algunas apreciaciones y reco-

mendaciones con la idea de apoyar el mejoramiento de la competitividad de los negocios que ofertan productos o servicios turísticos que se mantienen o se han creado recientemente.

Para cumplir con este objetivo, se realiza una investigación cualitativa donde se recoge la información por medio de entrevistas a los actores principales de los gremios pertenecientes al sector. La metodología cualitativa utilizada se puede considerar adecuada para esta investigación, ya que se pretende analizar en profundidad el contexto del sector turístico en Cali, Colombia, antes, durante y después de la pandemia, y el efecto de ella en la competitividad.

## 1. METODOLOGÍA

La información empírica de esta investigación es y ha sido tratada de forma cualitativa. Para Yin (2003), la investigación cualitativa se caracteriza por el interés de captar la realidad a partir de la percepción del propio contexto por investigar. Asimismo, Mohajan Haradhan y Kumar (2018) manifiestan que la metodología cualitativa permite profundizar la comprensión de lo particular, para interpretar sistemáticamente asuntos desde el punto de vista del individuo, creando así nuevos conceptos o teorías. La población objeto de estudio está compuesta por las 11.987 empresas prestadoras de servicios turísticos, que a junio de 2022 estaban inscritos en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Cali (CCC), lo que para el artículo es el indicador que determina su formalidad.

De acuerdo con lo enunciado anteriormente, la información para esta investigación se recoge entre enero y agosto de 2022, por medio de entrevistas y entrega de documentos por parte de los actores principales del sector turismo regional

y local como: la Secretaría de Turismo de Cali; Asociación Colombiana de Restaurantes-Acodres capítulo Pacífico; Asociación Hotelera y Turística de Colombia-Cotelco Capitulo Valle del Cauca; Sistema de Información Turística-Situr y Asociación de Agencias de Viajes y Turismo-Anato.

### 1.1. Contexto turístico en Cali antes, durante y después de la pandemia

El Distrito de Santiago de Cali se destaca como destino turístico. En los últimos años la ciudad ha sido nominada en los premios World Travel Awards, considerados como los premios Óscar del turismo, y logró para el año 2021 la distinción de Destino Turístico Emergente Líder en América del Sur. Sin embargo, para el 2022 el Distrito de Santiago de Cali compitió con destinos como Medellín, Barranquilla, Cusco (Perú) y Guayaquil (Ecuador) para ser galardonados por los premios World Travel Awards, siendo Medellín elegida como el mejor destino en Sudamérica.

Según datos de la Cámara de Comercio de Cali (2021), para 2019 en la ciudad había 5.175 negocios formalizados de servicio de comidas. Estos datos contrastan fuertemente con lo que ocurrió con el sector en 2020, pues según cifras de la Acodres, uno de cada tres restaurantes del país cerró debido a las pérdidas económicas por la pandemia derivada del Covid-19 (Morales, 2021). Mientras algunos pudieron ofrecer sus productos a domicilio a través del comercio electrónico, telefónicamente o con suministro en el establecimiento para llevar, tal como lo establece el numeral 3 del artículo 5 del Decreto 749 de 2020, otros tuvieron que suspender actividades debido a la falta de clientes y la incapacidad de asumir los costos fijos como el arriendo, pagos de servicios públicos y el salario de los colaboradores, entre otros.

Entre enero y febrero de 2021 el panorama empeoró debido al impacto de la pandemia; los gobiernos local y departamental implementaron políticas de protección a la vida, tales como una nueva cuarentena, toques de queda y la aplicación del pico y cédula. Para el mes de noviembre del mismo año, lo que afectó aún más el sector de servicio de comidas, según la Gobernación del Valle del Cauca (2020), a aquellos negocios que sobrevivían, es que algunos estaban operando al 12% de su capacidad. Sin embargo, gastos como arriendos, servicios públicos y otros eran constantes, por ello, se registró el cierre de 2.556 locales; 2.100 en 2020, más 452 en lo corrido de 2021. Lo anterior coincide con que el número de empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cali del sector alojamiento y servicios de comida hasta febrero de 2021 fue de 432 empresas, frente a 7.324 durante 2020, registrando una caída de 6.892 firmas (Gobernación del Valle del Cauca, 2020).

Después de la pandemia originada por el Covid-19, la situación se agravó aún más por causa del paro nacional colombiano denominado como *estallido social* el cual se produjo con mayor fuerza en el Distrito de Santiago de Cali. El Gobierno nacional establece la Ley 2.068, el 31 de diciembre de 2020, que modifica la Ley General de Turismo y dicta otras disposiciones para fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de los prestadores de servicios turísticos. Para ello, se plantean incentivos como la obtención de exenciones tributarias (Impuesto Nacional al Consumo 0%) y acceso a los siguientes recursos: líneas de crédito exclusivas del sector de Turismo, instrumentos de reactivación económica del sector, programas de capacitación, asesoría, promoción y fortalecimiento del sector; entre otros. Estos beneficios fueron prorrogados por la Ley de Inversión Social y estarán vigentes hasta el 31 de diciembre de 2022.

En 2021 el Gobierno nacional expidió el Decreto 1.026, que posibilitó la apertura en la mayoría de los sectores económicos, incluyendo restaurantes a la mesa, gastrobares y hoteles. En Cali particularmente se propuso un pacto por la vida y el trabajo para superar la crisis por la pandemia entre las autoridades de la ciudad, la administración municipal y los empresarios del sector restaurantero; con ello, llegaron a un acuerdo y establecieron un horario para el toque de queda y las medidas de bioseguridad exigidas para operar el negocio. Lo anterior arrojó buenos resultados y coincide con lo expuesto por Acodres Capítulo Pacífico, que indicó que a febrero de 2022 los emprendimientos gastronómicos en el Valle del Cauca habían crecido un 34.5%, lo que evidenciaba un repunte económico en el sector de servicios de comidas (Gobernación del Valle del Cauca, 2020).

Por otra parte, según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), 10,4 millones de pasajeros se habían movilizado en vuelos nacionales entre enero y abril de 2022, lo que indica un crecimiento del 27%, respecto del mismo periodo de 2019. Igualmente, para abril de 2022, se han movilizad 2,6 millones de pasajeros en vuelos nacionales; es decir, un crecimiento del 30% en relación con abril de 2019 según el Fondo Nacional de Turismo de Colombia (Fontur Colombia, 2022).

### **1.1.1. Caracterización de los prestadores de servicios turísticos en Cali**

El turismo en el Distrito de Santiago de Cali se rige por la Ley 300, de 1996, denominada Ley General de Turismo. Se modificaron algunos artículos con la Ley 2.068 de 2020 para fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos turísticos, logrando así fortalecer la competitividad del sector.

Además, define como prestador de servicio a toda persona natural o jurídica domiciliada en Colombia o en el extranjero que, directa o indirectamente, preste, intermedie, contrate, comercialice, venda o reserve servicios turísticos según a lo que se refiere esta ley (Ley 2.068, de 2020, art. 3). De esta manera, los prestadores de servicios turísticos en Cali son aquellas empresas relacionadas con las categorías de alojamiento, servicios de comida, agencias de viajes y transporte turístico. A continuación, se encuentran datos proyectados por Situr (2021b) para la Secretaría de Turismo de Cali, donde ilustra la caracterización de los prestadores de servicios de turismo en la ciudad.

### **1.1.2. Servicios gastronómicos en Santiago de Cali**

Según el Situr (2021b), la especialidad de los establecimientos de gastronomía turística en el Distrito de Cali son principalmente los que ofertan comida rápida con más de un 50%. La Tabla 1 representa las subcategorías y características de los establecimientos que están afiliados al Registro Nacional de Turismo.

**Tabla 1. Características y subcategorías servicios de gastronomía año 2021**

SUBCATEGORÍA	NO. MESAS	NO. ASIENTOS	PROMEDIO DE UNIDADES / PLATOS DE COMIDA VENDIDOS
Restaurante	50	200	5.000
Bar y restaurante	41	164	833

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de subcategorías Situr (2021b).

### 1.1.3. Agencias de viajes

De acuerdo con el informe de caracterización de los prestadores de servicios turísticos en Cali, presentado por Situr (2021b), las agencias de viajes brindan planes a nivel local, departamental, nacional e internacional. Entre estos, el plan nacional o turismo interno, en medio de pandemia resulta ser el de mayor oferta, con un 79,5%, y el canal principal de ventas es mediante internet.

En el Congreso Nacional de Agencia de Viajes y Turismo en agosto de 2022, según cálculos de Anato, se entregaron datos basados en Migración Colombia. Según Fontur Colombia (2022) durante el periodo de vacaciones de junio y julio del año 2022, llegaron al país 615.360 visitantes extranjeros, el equivalente a una reactivación del 87% comparado con los 695.654 reportados durante el mismo periodo de 2019.

De manera detallada se muestra el análisis sobre las diferentes subcategorías de los establecimientos de alojamiento con Registro Nacional de Turismo (RNT).

### 1.1.4. Establecimientos de alojamiento

Los establecimientos de alojamiento en el Distrito de Santiago de Cali ofertan habitaciones, camas, apartamentos, casas, cabañas, glamping, aparta-hotel, hostel y camping; sin embargo, el servicio de alojamiento se concentró en habitaciones, representando el 48,1% (Situr, 2021b).

**Tabla 2. Subcategorías establecimientos de alojamiento en Cali**

SUBCATEGORÍA	CAPACIDAD PROMEDIO DE PERSONAS	NO. HABITACIONES	PROMEDIO CAMAS
Otros / vivienda turística	27	131	19
Otros / hospedaje no permanente	24	85	21
Hotel	53	2319	37
Hostal	20	294	17
Alojamiento rural	105	125	40
Apartamento turístico	16	36	13
Apartahotel	52	507	25

Fuente: elaboración propia a partir de estudio subcategorías, Situr (2021b).

### 1.1.5. Transporte para turismo

Según la medición elaborada por Situr (2021b), el tipo de transporte terrestre en el Distrito de Santiago de Cali tiene la capacidad promedio de 625 vehículos turísticos y para renta de 118 vehículos aproximadamente.

Respecto del transporte aéreo, según el Ministerio de Transporte (2022), en materia de movilidad para turismo receptivo, el Distrito de Santiago de Cali recibió 5.211.765 pasajeros al cierre del año 2021. En relación con la operación doméstica en el primer semestre de 2022, uno de los aeropuertos con mayor movilidad fue el del Distrito de Santiago de Cali, con 3.486.856 pasajeros, y en las operaciones internacionales el número de viajeros fue de 545.149.

En este sentido el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón ocupa el tercer lugar en cifras récords y conectividad para el transporte aéreo a nivel país. Respecto del turismo emisor, entre junio y julio de 2022 se movilizaron 905.076 pasajeros en transporte aéreo, lo que significó un crecimiento del 12% en comparación con las 805.435 personas

del mismo periodo de 2019. Los principales destinos visitados fueron: Estados Unidos, México, España, Panamá y República Dominicana.

**Tabla 3. Subcategorías empresas de transporte en Cali**

SUBCATEGORÍA PERSONAS	VEHÍCULOS PROPIOS	VEHÍCULOS NO PROPIOS	CAPACIDAD MÁXIMA PROMEDIO
Transporte terrestre especial	265	360	482
Renta de vehículos	112	6	80

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de subcategorías, Situr (2021b).

### 1.2. Competitividad en relación con el sector turismo

Para entender el concepto de competitividad es necesario mencionar algunos autores que lo han estudiado en diferentes niveles. Porter (1980) analizó el primer nivel de la competitividad de una nación, con el objetivo de lograr una mejor calidad de vida para los habitantes de esta.

Además, en el entorno organizacional Orozco et al. (2014); Camisón et al. (2015) y Zhu y Cheung (2017), se refieren a la competitividad en las empresas como el rendimiento y la capacidad de mantener o mejorar su posición competitiva, obteniendo valor organizacional a largo plazo. En el mismo sentido, Zúñiga-Collazos et al. (2019) realizan una revisión de la literatura donde parten desde la competitividad global hasta la competitividad organizativa con una perspectiva de desarrollo turístico, enfocados en la competitividad de las organizaciones que ofertan productos o servicios turísticos en destino.

De igual manera, la competitividad en el sector turismo se puede analizar desde diferentes dimensiones, Dupeyras y MacCallum (2013) vinculan la competitividad con la optimización de los recursos turísticos para desarrollar un destino de manera que sea compatible con el bienestar de los residentes

locales. Mientras que Salinas et al. (2020) analizan que la competitividad puede gestionarse por medio de variables objetivas (número de visitantes, dotación de infraestructura) y como variables subjetivas (riqueza del patrimonio cultural, calidad de la experiencia turística).

Otra propuesta para determinar lo que significa competitividad es la presentada por el Foro Económico Mundial (2015) que la define como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”. Cada dos años el organismo mencionado emite el índice de competitividad de viajes y turismo, ya que este indicador resume la información proporcionada por 90 variables en 14 pilares.

En 2021, el Foro Económico Mundial modifica su herramienta de evaluación comparativa y utiliza el índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, siendo una evolución del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Algunas de las diferencias más notables es la adición de cuatro pilares: recursos no relacionados con el ocio, sostenibilidad del medio ambiente, resiliencia socioeconómica y presión e impacto de la demanda del sector.

Finalmente, otra forma de medir la competitividad es la que aborda el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (Cptur), integrado por la Asociación

Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco) y la Fundación Universitaria Cafam (Unicafam), quienes miden la competitividad del sector Turismo en Cali por medio del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (Ictrc). Este índice de competitividad se estima a partir del ejercicio de investigación que pretende articular la academia con el sector privado, utilizando los siguientes ocho criterios de evaluación: ambiental, cultural, económico, empresarial, estrategia de mercado, gestión del destino, infraestructura y finalmente el tema social en función de su desempeño. Estos datos se utilizan para generar planes estratégicos, guiar las decisiones de política pública e identificar las barreras que impiden la competitividad en el sector del turismo.

## 2. RESULTADOS

### 2.1. Índice de competitividad global para el sector de Viajes y Turismo

La tabla 4 muestra el Índice de Competitividad y Desarrollo Turístico de Colombia. De acuerdo con el pilar denominado *ambiente apto*, el indicador seguridad y protección muestra una baja calificación, con una tendencia a una leve mejoría entre 2017 y 2019 pues pasa de 2,6 a 3,8. Por otra parte, el indicador que se destaca por su constante crecimiento es la preparación para las TIC. Sin embargo, si comparamos los resultados expuestos entre 2015 y 2021 los demás indicadores bajan entre uno o dos puntos .

**Tabla 4. Índice de competitividad y desarrollo global para Colombia**

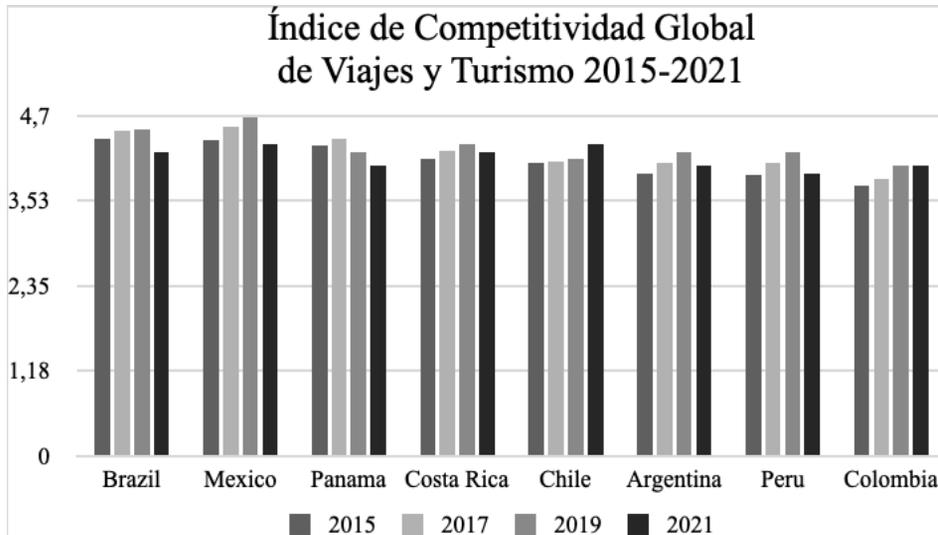
Indicador	Puntuación			
	Índice de competitividad turística			Índice de desarrollo turístico
	2015	2017	2019	2021
Ambiente apto				
Ambiente de negocios	3,99	4	3,8	3,7
Seguridad y protección	2,82	2,6	3,8	3,8
Salud e higiene	4,97	5	5,2	4,4
Recursos humanos y mercado laboral	4,44	4,6	4,6	4,2
Preparación para las TIC	4,17	4,4	4,6	5
Política de T&T y condiciones de habilitación				
priorización de T & T	4,31	4,1	4,1	3,5
Apertura internacional	4,3	4,6	4,6	3,9
Competitividad de precios	4,47	4,4	5,8	6,1
Sostenibilidad del medio ambiente	3,88	4,2	4,4	4
Infraestructura				
Infraestructura de transporte aéreo	2,56	2,8	3	3,3
Infraestructura terrestre y portuaria	2,5	2,3	2,5	2,9
Infraestructura de servicios turísticos	3,59	3,7	3,8	3,9
Impulsores de la demanda de viajes y turismo				
Recursos naturales	4,13	4,5	4,4	5,2
Recursos culturales	3,21	3,4	3,2	3,7
Recursos no relacionados con el ocio	0	0	0	3,7
Viajes y Turismo Sostenibilidad				
Sostenibilidad del medio ambiente	0	0	0	4
Condiciones y resiliencia socioeconómica	0	0	0	3,3
Impacto y presión de la demanda de viajes y turismo	0	0	0	4,2

Fuente: elaboración propia a partir de exploración del Índice de competitividad y Desarrollo de Viajes y Turismo de 2015-2021.

Respecto del pilar Viajes, Turismo y condiciones de habilitación, el indicador competitividad de precios se destaca por su incremento secuencial entre 2015 y 2021, obteniendo una calificación de 6,1 en una evaluación de 1 a 7. En cambio, el indicador priorización de viajes y turismo tiene un comportamiento descendente pues en 2015 estaba en 4,31 y para 2021 arrojó una calificación de 3,5. De igual manera, el pilar de infraestructura presenta las deficiencias que existe en Colombia, siendo la calificación más baja para el transporte terrestre y portuario.

El pilar de impulsores de la demanda de viajes y turismo presenta el indicador de recursos naturales que crece, pues pasa de una calificación de 4,13 a 5,2 entre 2015 y 2021. A su vez, los recursos culturales muestran una mejoría pues crecen de 3,2 a 3,7. En este mismo sentido, para 2021 la medición de los recursos no relacionados con el ocio obtiene una calificación de 3,7.

Por otro lado, haciendo un comparativo entre los países de Latinoamérica, según el resultado global del índice de competitividad y desarrollo de Viajes y Turismo, Colombia permanece de forma consecutiva en el octavo lugar entre 2015 y 2017, teniendo una mejoría en 2021 pues ocupó en Latinoamérica el sexto lugar y muestra un crecimiento en su calificación pues pasa de 3,7 a 4,0 (ver Grafico 1).

**Gráfico 1. Índice de competitividad y desarrollo global**

Fuente: elaboración propia a partir de exploración del Índice de competitividad y Desarrollo de Viajes y Turismo de 2015-2021.

Según el Gráfico 1, ocho países de Latinoamérica han permanecido con los mejores resultados del Índice de competitividad y desarrollo de Viajes y Turismo a nivel global entre 2015 y 2021. Las primeras posiciones las ocupan países como México y Brasil con calificaciones entre 4,4 y 4,7 entre 2017 y 2019. Los países que están entre los puestos de tercero a séptimo para Latinoamérica en su orden son: Panamá, Costa Rica, Chile, Argentina y Perú con calificaciones entre 4,37 y 3,88 y finalmente, el país que ocupa el octavo lugar es Colombia.

## 2.2. Índice de competitividad turística en Cali, Colombia

En el Gráfico 2 se encuentra la calificación de los ocho criterios que hacen parte del índice de competitividad turística de Cali para los años 2018, 2019 y 2020. La calificación para cada criterio es de 0 a 10, donde 10 es la mejor calificación.

## Gráfico 2. Índice de competitividad turística en Cali



Fuente: elaboración propia a partir de exploración del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (Cptur, 2019, 2021).

Entre las 32 ciudades capitales de Colombia, el Distrito de Santiago de Cali en 2018 ocupó el cuarto puesto en la medición del índice de competitividad turística, con una calificación promedio de 5,72. Para 2019, la ciudad ocupó el cuarto lugar con una calificación de 6,48 y finalmente, para 2020, continúa en el cuarto lugar, aumentando su calificación a 6,63% según el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (Cptur, 2021).

Los criterios del índice de competitividad turística del Distrito de Santiago de Cali, Colombia, destacaron su calificación en el criterio ambiental con 8,0, gestión destino con 8,4 y el criterio social con 8,3 en función de su desempeño entre 2018, 2019 y 2020.

De igual forma, los criterios que bajaron su calificación en este mismo periodo de tiempo fueron el criterio económico con 5,1, cultural con 7,8, estrategia de mercado con 5,2 e infraestructura con 6,4. Estos resultados significan que al medir la competitividad turística en la ciudad capital Distrito de Santiago de Cali, estos cuatro criterios afectan su desempeño e impiden la competencia, a su vez, estos datos sirven para la toma de decisiones de

los líderes que gestionan la política pública y los presupuestos para el desarrollo del turismo en el destino estudiado.

### 2.3. Análisis del desarrollo del sector de Turismo en Cali, Colombia

La investigación tiene en cuenta los indicadores de resultados de prestadores de servicios de turismo en la ciudad de Cali, Colombia entre 2019 y 2022 tales como: gastronomía, agencias de viaje, alojamiento y transporte. En las diferentes categorías se muestran algunos aspectos relacionados con su competitividad. La información recolectada incluyó la opinión de los actores principales de los gremios del sector y estudios secundarios que aportaron datos sobre ventas y ofertas de empleo. A continuación, se presenta un resumen y análisis de dichos datos:

### 2.3.1. Resultados de los prestadores de servicios turísticos en el Distrito de Santiago de Cali, Colombia

A continuación, se encuentra la información de los resultados en ventas y la medición anual del número de empleos que se generó a partir de los prestadores de servicios turísticos en Cali, Colombia entre 2019 y 2022.

**Figura 1. Ventas de prestadores de servicios turísticos en el distrito de Santiago de Cali (en millones de pesos colombianos)**



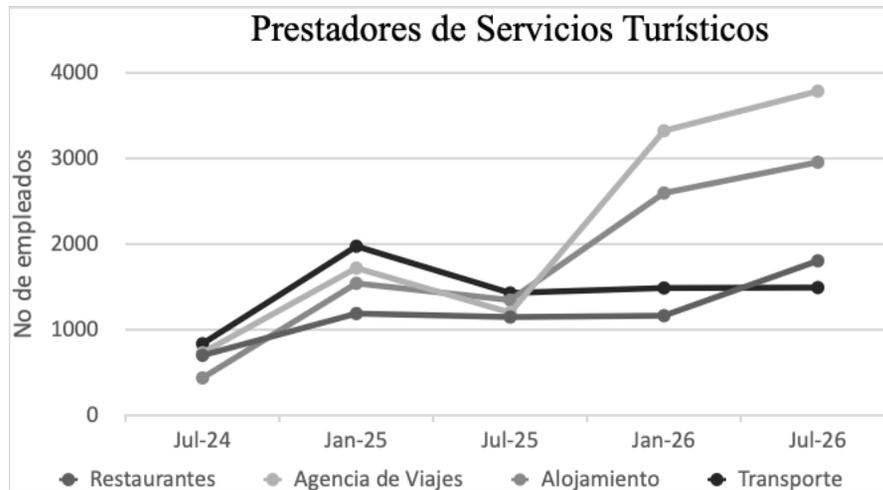
Fuente: elaboración propia a partir de exploración por parámetros en la plataforma de Situr.  
Recuperado de: <https://siturvalle.com/estadisticas>.

La Figura 1 muestra una recuperación significativa en ventas para los servicios de restauración, alojamiento y agencias de viaje entre el año 2019 y 2022, lo que permite entender que existe una dinámica de crecimiento. Estas cifras coinciden con el estudio del primer trimestre de 2022 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane, 2022b) donde el Producto Interno Bruto creció un 22,1% respecto del mismo periodo de 2021. Entre las actividades económicas que más

contribuyen a la dinámica de agregar valor al sector está el alojamiento y los servicios de restauración, debido a que crecieron un 23,7%.

Por otra parte, para el servicio de transporte turístico en la ciudad de Cali, el panorama no es el mejor, pues, de enero de 2021 a mayo de 2022 las ventas cayeron en 291 millones de pesos colombianos. Por lo tanto, es necesario continuar trabajando en temas como la seguridad, el ambiente de negocios, la infraestructura, entre otros que permita atraer nuevos clientes (visitantes) a los negocios .

**Figura 2. Número de empleos que generan prestadores de servicios turísticos en el distrito de Santiago de Cali**



Fuente: elaboración propia a partir de exploración por parámetros en la plataforma de Situr.

La Figura 2 muestra los resultados de la medición anual de empleos entre 2020 y 2022, la herramienta de Indicadores Empleo Cali permitió comparar los resultados para ambos periodos, donde se encontró que el sector del turismo obtuvo resultados positivos para las agencias de viajes, las cuales pasaron de ofrecer 1.197 empleos a 3.780. Mientras que la categoría de alojamiento pasó de 1.343 a 2.951 empleos. Para el prestador de servicios gastronómicos hubo una reactivación de 1.801 empleos. No obstante, el servicio de transporte turístico obtuvo una variación negativa, reflejando una disminución de 482 empleos entre estos periodos analizados (Situr, 2021a), lo que permite mencionar que hay un crecimiento en personas ocupadas importante en tres prestadores de servicios turísticos en Cali, Colombia; sin embargo, un prestador de servicio no refleja el mismo comportamiento.

### 3. CONCLUSIONES

Según el Índice de Competitividad y Desarrollo Global para Colombia, el país tiene una trayectoria ascendente, pues ha mejorado su preparación para las TIC, empieza a obtener reconocimiento por sus recursos naturales y tiene un ambiente cultural importante. Sin embargo, el país debe continuar trabajando para encontrar soluciones óptimas a los problemas relacionados con la seguridad, infraestructura aérea, terrestre y portuaria, y así continuar subiendo posiciones en el ranking. Además, se sugiere al gobierno nacional incrementar el presupuesto para los asuntos relacionados con el sector de viajes y turismo.

Asimismo, los resultados del Índice de Desarrollo del Sector de Viajes y Turismo del WEF (2020) reconoce a Colombia en el puesto 58 entre 117 países evaluados, con una caída de cuatro puestos respecto del 2019, obteniendo una calificación de

4.o. Sin embargo, la nación vuelve a figurar en la lista de los diez primeros países que se destacan en recursos naturales. Además, sobresale por ser un país competitivo en precios. No obstante, debe mejorar en temas como la resiliencia socioeconómica y condiciones de infraestructura terrestres y portuaria.

El desempeño de los prestadores de servicios turísticos en el distrito de Santiago de Cali se orienta a una rápida recuperación, a excepción del servicio de transporte, y este panorama podría empeorar puesto que el Gobierno nacional en el 2022 propone eliminar el subsidio que tiene la gasolina (es un tema que se debe discutir por el déficit acumulado desde 2021).

Es posible que con la reforma tributaria que impulsa el Gobierno de Colombia para el año 2023 (por un déficit fiscal desde 2021) se detenga o ralentice la recuperación del sector. Exenciones tributarias del sector como las relacionadas con el pago del impuesto de renta con una tasa del 9% pasaría a un 35%. De igual forma, las exenciones del impuesto al valor agregado que pagan los prestadores de servicios hoy a una tasa del 0% pasaría a la tarifa del 19%.

Es probable que la eliminación de estos beneficios tributarios y la inflación aumenten de manera significativa el precio final de los productos y servicios turísticos. En otras palabras, el turista es quien deberá asumir estos incrementos y posiblemente pueda impactar de manera importante, especialmente el turismo doméstico, con lo que el destino perdería competitividad. En consecuencia, posiblemente los turistas colombianos con mayor capacidad adquisitiva prefieran elegir un destino en el exterior, con mejores estándares de calidad turística y un precio más competitivo.

Por otra parte, de los 11.987 prestadores de servicios turísticos que hasta junio de 2022 renovaron su Registro Mercantil, muestra que el servicio de gastronomía es el que tiene mayor participación con el 86%, seguido por Alojamiento con un 7%, Agencias de viaje un 5% y finalmente el servicio de transporte turístico que representa un 2% (Cámara de Comercio de Cali, 2022).

La categoría que mejor se comporta en ventas es el de Agencia de Viajes lo que posiblemente obedece a una recuperación importante en el turismo emisivo y con la oferta de rutas *low cost* y ultra *low fare* con oportunidades para los viajeros, con precios bajos y competitivos hacia destinos dentro y fuera del país.

Finalmente, para que el sector del turismo receptivo internacional sea más competitivo es necesario aprovechar factores como la debilidad del peso colombiano frente al dólar, pues consolida a Colombia como un destino económico; así mismo es deseable desarrollar condiciones para impulsar el turismo doméstico receptivo a un costo moderado y competitivo.

Las limitaciones del estudio se relacionan con las fuentes primarias y secundarias, pues al consultar la plataforma de Situr Valle se pudo abstraer algunos resultados que podrían estar limitados a la técnica de recolección de información, en especial a aquello relacionado con el Subsector de Transporte turístico lo que podría generar algún tipo de sesgo. Además, algunos de los estudios consultados en la Secretaría de Turismo no son de acceso libre y solo están disponible al interior de esta lo que dificultó la obtención completa y posterior análisis.

Así mismo algunos estudios tienen limitaciones en tiempo y técnicas de recolección de infor-

mación variadas. Algunas posibles futuras líneas de investigación pueden estar relacionadas con identificar variables para medir la competitividad del sector turismo. Además, se podría considerar estudiar nuevos índices de competitividad que se relacionen con la sostenibilidad, el medio ambiente, la resiliencia, entre otros. También se sugiere estudiar otros destinos tanto nacionales como internacionales con el propósito de poder comparar los indicadores de competitividad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**CÁMARA DE COMERCIO DE CALI** (2021). Encuesta ritmo empresarial. Recuperado de: <https://www.ccc.org.co/file/2021/05/ERE-Especial-mayo-2021-VF.pdf>.

**CÁMARA DE COMERCIO DE CALI** (2022). Ritmo empresarial: Informe 43. Recuperado de: <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2022/01/RE-43-VF2.pdf>.

**CAMISÓN, C.; PUIG-DENIA, A., JULIÁN, B., FABRA, M., MUÑOZ, A. y MUÑOZ, C.** (2015). The importance of internal resources and capabilities and destination resources to explain firm competitive position in the Spanish tourism industry. *International Journal of Tourism Research* (18), 341-356. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/17716>.

**CENTRO DE PENSAMIENTO TURÍSTICO, COLOMBIA** (2019). Diagnóstico de competitividad turística de Santiago de Cali. Contrato de Consultoría 4172.010. 26.1.113

**CENTRO DE PENSAMIENTO TURÍSTICO** (2021). Flujos turísticos y competitividad turística de Santiago de Cali en 2021. Contrato Alcaldía de Cali 4172.010.26.1.131-2021.

**DECRETO 1.026** (31 de agosto de 2021) (presidente de la República de Colombia). Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Covid-19 y el mantenimiento del orden público, decretando el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable y la reactivación económica segura.

**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA** (15 de febrero de 2022b). Según cifras preliminares, para 2021 el Producto Interno Bruto #PIB en su serie original registró un crecimiento de 10,6 %. Tweet, @Dane\_Colombia, X. Recuperado de: [https://twitter.com/Dane\\_Colombia/status/1493639295000842241?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1493639295000842241%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1\\_yref\\_url=https%3A%2F%2Felpais.com%2Feconomia%2F2022-02-15%2Fel-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html](https://twitter.com/Dane_Colombia/status/1493639295000842241?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1493639295000842241%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_yref_url=https%3A%2F%2Felpais.com%2Feconomia%2F2022-02-15%2Fel-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html).

**DOMARESKI RUIZ, T. C. y CHIM MIKI, A. F.** (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística. *El periplo sustentable*, (36), 134-156. Recuperado de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n36/1870-9036-eps-36-134.pdf>.

**DUPEYRAS, A. y MACCALLUM, N.** (2013). Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document. Recuperado de: [https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/indicators-for-measuring-competitiveness-in-tourism\\_5k47t9q2t923-en](https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/indicators-for-measuring-competitiveness-in-tourism_5k47t9q2t923-en).

**FONTUR COLOMBIA** (6 de junio de 2022). Anato estima un crecimiento del 28% en el movimiento de pasajeros en vuelos nacionales para el primer semestre de 2022. Recuperado de: <https://fontur.com.co/en/node/1051>.

**GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA** (2020). Impactos del Covid-19 en el sector turismo del Valle del Cauca. Recuperado de: <https://www.valledelcauca.gov.co/documentos/12246/consejo-departamental-de-estadisticas-code/>

**KUBICKOVA, M. y LI, H.** (2017). Tourism competitiveness, government, and tourism area life cycle (TALC) model: the evaluation of Costa Rica, Guatemala, and Honduras. *International Journal of Tourism Research*, 2(19), 223-234. Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/jtr.2105>.

**LEY 2.068** (31 de diciembre de 2020). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.

**LEY 300** (26 de julio de 1996). Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

**MINISTERIO DE TRANSPORTE** (2 de julio de 2022). Colombia superó la meta de 30 millones de pasajeros movilizados y 835 mil toneladas de carga transportada en 2021. Recuperado de: <https://www.aerocivil.gov.co/prensa/noticias/Pages/Colombia-supero-la-meta-de-30-millones-de-pasajeros-movilizados-y-835-mil-toneladas-de-carga-transportada-en-2021.aspx>.

**MOHAJAN; HARADHAN y KUMAR** (2018). Metodología de la Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales y Afines. *Diario de Economía Desarrollo, Medio Ambiente y Personas*, 23(7).

**MORALES ARÉVALO, N.** (17 de junio de 2021). Los restaurantes reportaron pérdidas superiores a 25% en sus ventas de mayo. *La República*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/empresas/los-restaurantes-reportaron-perdidas-superiores-a-25-en-sus-ventas-del-mes-de-mayo-3186017>.

**ORTIZ CORTÉZ, H.** (17 de febrero de 2022). Hotelería, gastronomía y sector nocturno marcan el impulso en la reactivación económica del Valle. *Gobernación del Valle del Cauca*. Recuperado de: <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/74009/hoteleria-gastronomia-y-sector-nocturno-marcen-el-impulso-en-la-reactivacion-economica-del-valle/>.

**PORTER, M. E.** (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Nueva York, Estados Unidos: Free Press.

**SALINAS, J. A.; SERDEIRA, P., MARTÍN, J. M. y RODRÍGUEZ, J. A.** (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100-582.

**OROZCO, F. A.; SERPELL, A. F., MOLENAAR, K. R. y FORCAEL, E.** (2014). Modeling competitiveness factors and indexes for construction companies: Findings of Chile, *Journal of Construction Engineering and Management*, 4(140). Recuperado de: [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)CO.1943-7862.0000462](https://doi.org/10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0000462).

**SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CALI** (2021a). Capacidad instalada y percepción de la oferta turística de Cali en 2021. Recuperado de: <https://www.cali.gov.co/turismo/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=61297>.

**SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CALI** (2021b). Caracterización de la oferta, empleo y demanda turística de Santiago de Cali en 2021. Recuperado de: <https://www.cali.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=59175>.

**WORLD ECONOMIC FORUM** (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Recuperado de: <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/>.

**WORLD ECONOMIC FORUM** (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Recuperado de: <https://www.weforum.org/publications/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017/>.

**WORLD ECONOMIC FORUM** (2020). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Recuperado de: <https://www.weforum.org/publications/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/>.

**WORLD ECONOMIC FORUM** (2022). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021.

**YIN, R. K.** (2003). *Case study research. Design and methods*. SAGE Publications.

**ZHU, L. y CHEUNG, S. O.** (2017). Harvesting competitiveness through building organizational innovation capacity. *Journal of Management in Engineering*, 5(33). Recuperado de: [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)ME.1943-5479.0000534](https://doi.org/10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000534).

**ZÚÑIGA-COLLAZOS, A.; CASTILLO-PALACIO, M. y PADILLA-DELGADO, L. M.** (2019). Organizational competitiveness: The conceptualization and its evolution. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 1(7), 195-211.



UTEM

UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
METROPOLITANA

*del Estado de Chile*



EDICIONES UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA METROPOLITANA

VERSIÓN IMPRESA: ISSN 0719-3653

VERSIÓN EN LÍNEA: ISSN 0719-3688