

Restricciones de la cadena de valor del turismo en Córdoba: análisis desde la Metodología CEPAL

Constraints of the tourism value chain in Córdoba: analysis using ECLAC Methodology

Constrangimentos da cadeia de valor do turismo em Córdoba: análise a partir da Metodologia CEPAL



Recibido: 31/08/2023 • Aprobado: 27/02/2024 • Página inicial: 233 • Página final: 253

Doi: 10.53995/23463279.1507

Carlos Andrés Causil Lengua¹

Zuleima Ballestas²

Jorge de Jesús Pimienta Peña³

Fausto Manuel Gómez Yepes⁴

Resumen: Córdoba se proyecta como uno de los departamentos con mayor crecimiento en el sector turístico debido a su riqueza y diversidad de recursos, tanto materiales como inmateriales. Sin embargo, en el proceso de desarrollo de estas actividades turísticas pueden existir restricciones dentro de los eslabones o actores de la cadena de valor que pueden afectar el desarrollo de las mismas. A pesar de ser un departamento lleno de mucha riqueza cultural y ambiental, son pocas las estrategias que se han impulsado para el fortalecimiento de este sector y, en algunos casos, estas han quedado solamente en el papel. En este sentido, la implementación de metodologías participativas, como la

desarrollada por la CEPAL, mejora la competitividad de la cadena de valor del turismo en Córdoba, al facilitar la integración de actores locales y la formulación de políticas públicas, teniendo en cuenta las restricciones a las cuales se enfrenta la cadena turística del departamento y analizar cómo ello puede influir en el desarrollo económico y social. En este estudio se desarrolla un tipo de investigación cualitativa mediante el uso de la matriz de análisis documental.

Palabras clave: Cadena de valor, Metodología CEPAL, Políticas públicas, Restricciones, Turismo.

Código JEL: L83, O38, R11

¹ Magister en Educación y Desarrollo Digital Pedagógico (en curso). Especialista en Finanzas. Docente investigador de la Corporación Universitaria Americana sede Montería. Contacto: ccausil@americana.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5643-2193>

² Magister en Administración de Negocios. Magister en Gerencia Financiera (en curso). Docente de la Corporación Universitaria Americana sede Montería. Contacto: zballestas@americana.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2742-9360>

³ Estudiante del programa de Contaduría Pública. Semillerista de la Corporación Universitaria Americana sede Montería. Contacto: pimientajorge72@americana.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0009-0001-3787-1331>

⁴ Estudiante del programa de Contaduría Pública. Semillerista de la Corporación Universitaria Americana sede Montería. Contacto: gomezfausto81@americana.edu.co

Abstract: Córdoba is projected as one of the departments with the greatest growth in the tourism sector due to its wealth and diversity of resources, both tangible and intangible. However, in the process of developing these tourism activities, there may be restrictions within the links or actors of the value chain that may affect their development. Despite being a department full of cultural and environmental wealth, few strategies have been promoted to strengthen this sector and in some cases these have remained only on paper. In this sense, the implementation of participatory methodologies, such as the one developed by ECLAC, improves the competitiveness of the tourism value chain in Córdoba by facilitating the integration of local actors and the formulation of public policies, taking into account the constraints faced by the department's tourism chain and analyzing how this can influence economic and social development. This study develops a qualitative type of research through the use of the documentary analysis matrix.

Keywords: Value chain, ECLAC Methodology, Public policies, Constraints, Tourism.

Resumo: Córdoba projecta-se como um dos departamentos com maior crescimento no sector turístico devido à sua riqueza e diversidade de recursos, tanto materiais como imateriais. No entanto, no processo de desenvolvimento destas actividades turísticas, podem existir restrições nos elos ou actores da cadeia de valor que podem afetar o seu desenvolvimento. Apesar de ser um departamento repleto de riqueza cultural e ambiental, poucas estratégias foram promovidas para fortalecer este sector e, em alguns casos, estas ficaram apenas no papel. Neste sentido, a implementação de metodologias participativas, como a desenvolvida pela CEPAL, melhora a competitividade da cadeia de valor do turismo em Córdoba, facilitando a integração dos actores locais e a formulação de políticas públicas, tendo em conta os constrangimentos que a cadeia turística do departamento enfrenta e analisando a sua influência no desenvolvimento económico e social. Este estudo desenvolve uma investigação de tipo qualitativo através da utilização da matriz de análise documental.

Palavras-chave: Cadeia de valor, Metodologia CEPAL, Políticas públicas, Restrições, Turismo.

Introducción

El sector turismo representa para muchos países y gobiernos una fuente importante de generación de ingresos corrientes, el cual “constituye uno de los rubros de generación de divisas, de empleo y de redistribución de la riqueza integradora y complementaria con múltiples actividades” (Santamaría-Freire y López-Pérez, 2019, p. 417). Por ello, lo han convertido en una de sus principales herramientas y mecanismos de inversión, pasando desde la búsqueda de recursos internacionales hasta la formulación de estrategias y políticas. En el caso colombiano, este sector representa aproximadamente un 18 % del Producto Interno Bruto (PIB), por lo cual se ha tratado en los últimos años de establecer unas políticas más claras y eficaces para el desarrollo y fortalecimiento de las actividades turísticas.

Aunque estas políticas se desarrollan desde el nivel central, lo cierto es que una gran cantidad de entidades territoriales carecen de políticas públicas claras en cuanto al fortalecimiento del turismo (Caldas Moreno, 2019). En el departamento de Córdoba, a pesar de poseer una gran riqueza cultural y ambiental, son pocas las estrategias que se han planteado para generar un mayor interés e inversión en este sector, y aquellas que llegan a formularse terminan quedando solo en el papel, lo cual en el corto y mediano plazo crea un estancamiento en la economía local, derivado de un crecimiento económico lento y volátil (Bonet-Morón y Aguilera-Díaz, 2022; Álvarez Cáceres y Gil Galvis, 2019).

En el proceso de fortalecimiento de este sector, se han dirigido diferentes propuestas metodológicas con miras a mejorar la competitividad de los destinos y sitios turísticos de las regiones. Mediante estas propuestas se busca identificar las cadenas de valor, las cuales se puede decir que:

Describen la gama completa de actividades que se requieren para lograr un producto o servicio desde su concepción, pasando por las diferentes fases de producción (que implica una combinación de transformación física y el aporte de varios productores servicios), entrega a los consumidores finales y disposición final después de su uso. (Kaplinsky y Morris, 2000, p. 4)

Al hablar propiamente de las actividades turísticas, en esta cadena se deben tener en cuenta diferentes elementos que le permitan a quien disfruta de las mismas tener una experiencia significativa, agradable y segura, siendo necesario integrar elementos tanto de carácter público como privado (Parra Perilla, 2020; Morera-Ubaque, 2020).

Dentro de estas propuestas metodológicas se destacan las siguientes: *Design For Six Sigma* (DFSS); la metodología participativa desarrollada por la Comisión

Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); y el análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor, Fundación CODESPA. En el caso de la primera, su enfoque se aplica cuando se realiza el lanzamiento de un nuevo producto o servicio en el mercado, siguiendo una serie de pasos o etapas (*Define* (D), *Measure* (M), *Analyze* (A), *Optimize* (O), y *Verify* (V) o ciclo D-M-A-O-V) que aseguren su calidad y aceptabilidad dentro del mercado, lo que hace que se minimicen los errores o defectos en los procesos comerciales, lo cual va ligado a los procesos de innovación y desarrollo de productos. En cuanto a la segunda, es una herramienta o instrumento que busca validar las estrategias y líneas de acción identificadas a partir de las principales restricciones enfrentadas por la cadena, integrando a diversos actores como lo son el Estado (dirigido por los gobiernos locales, territoriales y nacionales), el mercado y la sociedad.

La tercera metodología está orientada a la mejora de la competitividad y equidad en las cadenas productivas, mediante lo cual se realiza un análisis del contexto, los actores, los puntos críticos y las barreras de participación, y a partir de ello diseñar una estrategia o plan de acción en procura de la mejora de las condiciones de las personas que participan de la cadena, no solo desde un valor económico, sino también desde el aspecto social sostenible.

Por lo anterior, mediante el presente artículo se busca analizar las restricciones de la cadena de valor del turismo en el departamento de Córdoba, teniendo en cuenta la metodología participativa desarrollada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Este artículo se desarrolló bajo el tipo de investigación cualitativa, puesto que permite analizar, describir e interpretar las realidades sociales a partir de la propia experiencia y vivencia. Según Salgado (2007), este tipo de investigación es “flexible y abierta, y el curso de las acciones se rige por el campo, los participantes y la evolución de los acontecimientos, de este modo, el diseño se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente” (p. 72). Además, permite la comprensión de las estrategias para el fortalecimiento de las actividades turísticas en el departamento de Córdoba a partir de las políticas públicas establecidas en Colombia y en la entidad territorial objeto de estudio.

Además, para el desarrollo del presente artículo, se realizó una revisión de numerosos textos científicos y académicos a nivel local, nacional e internacional, que abordan la temática de las estrategias de fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico y la aplicabilidad de la metodología CEPAL en el desarrollo de las actividades de dicho sector. Asimismo, se estableció un tipo de investigación documental, considerada por Galeano (2004) como “una revisión, recolección y validación de información [...] la cual cuenta con particularidades propias en el

diseño de proyectos, la obtención de la información, el análisis y la interpretación” (p. 114). En este mismo sentido, se implementó una matriz de revisión documental mediante la cual se sintetizó la información de otras investigaciones y se estableció el nivel de exploración del tema abordado en este artículo.

Desarrollo

La oferta turística en Colombia

El turismo es una de las actividades que ha presentado mayor crecimiento en los últimos años, convirtiéndose en un sector que “aporta alrededor del 9 % del producto interno bruto (PIB) mundial por medio de sus efectos directos, indirectos e inducidos, y representa el 29 % de las exportaciones de servicios a nivel mundial” (CEPAL, 2017, p. 295). Esto demuestra que es un sector muy representativo dentro de la economía mundial y del cual se espera que siga creciendo y se convierta en uno de los pilares de desarrollo económico y social en los próximos años, principalmente en las economías emergentes (Corzo Arévalo y García Méndez, 2020).

En el caso de Colombia, el turismo es uno de los sectores más representativos y, de acuerdo con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023) el valor agregado del turismo fue de \$28.001 miles de millones, aumentando 52,5 % frente a 2021 y aumentando 10,6 % frente a 2019. Dentro de los grupos más significativos que consumen actividades turísticas se encuentran los visitantes no residentes, quienes, de acuerdo a la misma entidad y según datos preliminares, aumentaron 238,0 % respecto a 2020 y aumentaron 118,4 % respecto a 2021 (Figura 1).

	2019	2020	2021	2022	Var(%) 20-22	Var(%) 21-22
Extranjeros no residentes*	3.213.837	89.863	1.395.265	3.275.784	266,5%	134,8%
Extranjeros sin venezolanos	2.814.025	791.671	1.249.178	3.040.310	284,0%	143,4%
Estimación de venezolanos	399.812	102.192	146.087	235.474	130,4%	61,2%
Colombianos residentes exterior	955.206	358.397	731.669	1.242.893	246,8%	69,9%
Cruceros internacionales	361.531	134.357	18.877	167.632	24,8%	788,0%
Total	4.530.574	1.386.617	2.145.811	4.686.309	238,0%	118,4%

Figura 1. Visitantes no residentes en Colombia 2019-2022. Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 9).

Tal como se observa en la Figura 1, Colombia se proyecta como uno de los países con gran atractivo turístico para los extranjeros, lo cual se puede ver reflejado en los datos mostrados en la Figura 2, donde se muestra que, en el primer semestre del año 2023, los visitantes no residentes aumentaron 13,2 % respecto a 2022.

	junio 2021	junio 2022	junio 2023	Var(%) 21-23	Var(%) 22-23
Extranjeros no residentes*	88.144	260.239	327.601	271,7%	25,9%
Extranjeros sin venezolanos	79.076	245.192	312.116	294,7%	27,3%
Estimación de venezolanos	9.068	15.047	15.485	70,8%	2,9%
Colombianos residentes exterior	51.275	108.055	89.149	73,9%	-17,5%
Cruceros internacionales	0	0	0	100,0%	100,0%
Total	139.419	368.294	416.750	198,9%	13,2%

Figura 2. Visitantes no residentes en Colombia 2021-2023.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 12).

Respecto a la nacionalidad de los visitantes, Estados Unidos fue el país con mayor participación con un porcentaje del 33,3 %, tal como se puede apreciar en la Figura 3.

País	2020	2021	2022	2023	% Var 22-23
Estados Unidos	489	42.728	87.097	109.035	25,2%
México	34	4.863	20.559	26.777	30,2%
Ecuador	36	3.031	12.341	23.268	88,5%
Venezuela	4	9.068	15.047	15.485	2,9%
Panamá	54	2.673	11.377	15.065	32,4%
Chile	11	1.037	11.586	13.511	16,6%
Perú	135	3.474	13.945	13.339	-4,3%
Brasil	19	1.053	8.787	12.427	41,4%
España	71	3.564	9.213	11.140	20,9%
Costa Rica	-	1.116	5.245	9.127	74%0
Resto de países	555	15.537	65.042	78.427	20,6%
Total General	1.405	88.144	327.601	327.601	25,9%

Figura 3. Top 10 país de residencia de extranjeros no residentes en Colombia junio 2020-2023.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 16).

De acuerdo a la información que se muestra en la Figura 3, se puede establecer que gran parte de los visitantes extranjeros no residentes provienen de Estados Unidos, sin embargo, hay una participación significativa de países latinoamericanos e hispanohablantes.

Asimismo, las cifras preliminares indican que el número de ocupados en actividades turísticas durante 2022 fue de 709.263 personas, lo cual significa un incremento del 61,1 % frente a 2021 y 3,2 % sobre el total de ocupados en 2022 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

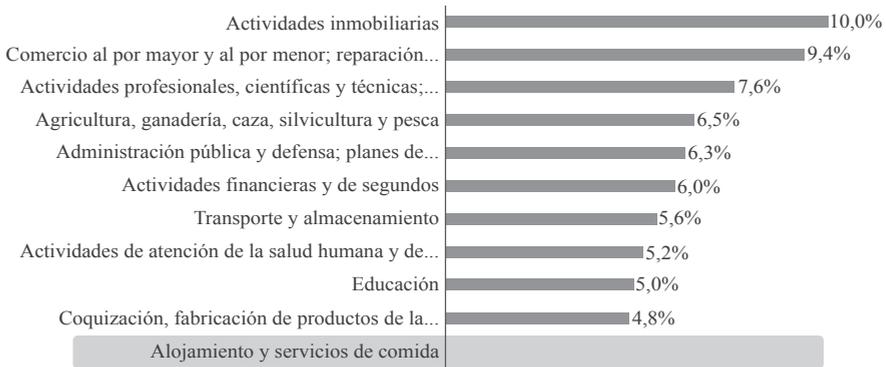


Figura 4. Principales actividades económicas que contribuyen al valor agregado nacional 2023-I.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 66).

Tal como se muestra en la Figura 4, las actividades asociadas al sector turismo son uno de los motores de la economía nacional, registrando en el primer semestre del año 2023 un aumento del 4,4 %, lo cual significa que está en crecimiento pese a los sucesos acaecidos en periodos anteriores tales como la pandemia de Covid-19, aumento de la inflación, cambio de políticas y gobiernos, entre otros.

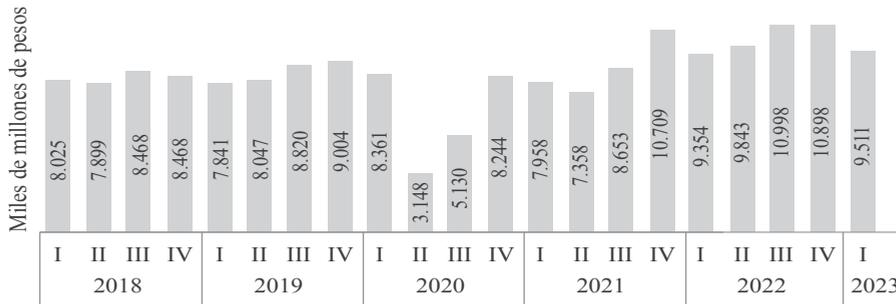


Figura 5. Valor agregado alojamiento y servicios de comida
 Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 67).

Igualmente, se puede observar que, para el año 2022, el valor agregado de alojamiento y servicios de comida fue de: 41.093 millones de pesos, representando así un aumento significativo del 18,5% respecto al año 2021 y un aumento de 21,9% respecto al año 2019. En cuanto al primer trimestre del año 2023 el valor agregado de alojamiento y servicios de comida fue de: 9.511 millones de pesos lo que representó un aumento de 1,7% respecto al mismo periodo del año 2022 y un 21,3% respecto al año 2019.

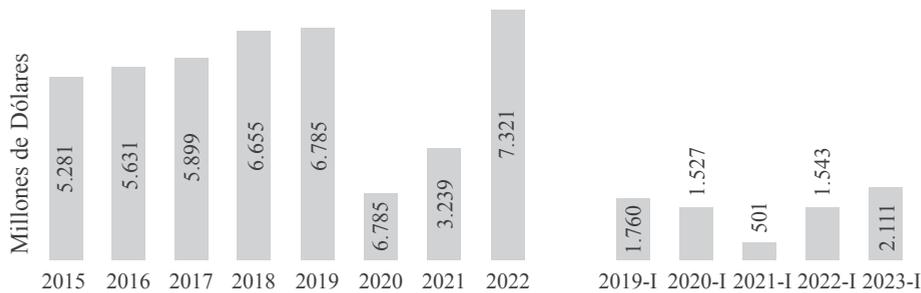


Figura 6. Exportaciones en la cuenta de viajes y transporte.
 Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 68).

Respecto a las exportaciones en la cuenta de viajes y transporte, se observa mediante la Figura 6 que en el periodo 2023-I ingresaron USD \$2.111 millones, frente a USD \$1.543 millones que ingresaron en ese mismo periodo en el año 2022. Estos datos muestran que existe un nivel de recuperación frente a este concepto, ya que en los años 2020 y 2021 estas cifras habían disminuido considerablemente frente a años anteriores.

Frente al indicador de inversión extranjera directa en actividades del sector turístico, se identifica que, entre los años 2020-2022, hubo una caída respecto al año 2019. Sin embargo, al comparar los primeros trimestres de los periodos 2019-2023 se observa una recuperación en el periodo de este último año.

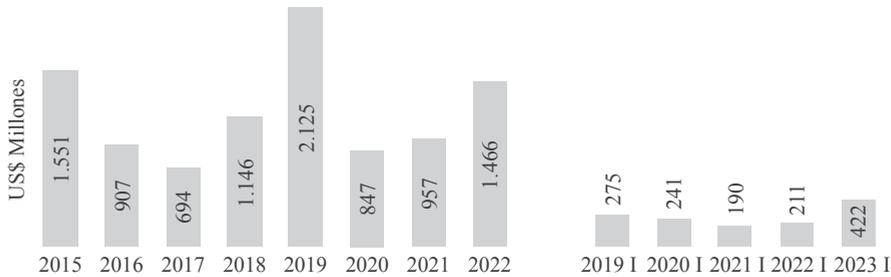


Figura 7. Inversión extranjera directa Comercio, restaurantes y hoteles.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023, p. 69).

Todos estos indicadores demuestran que Colombia cuenta con un gran potencial para el desarrollo de las actividades turísticas, que abarca no solo el turismo de naturaleza (ecoturismo, avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, turismo de aventura, buceo y turismo rural), sino también el turismo social, cultural, sostenible, comunitario y de playas turísticas. Esto, sin dudas, va alineado a todos los recursos con los que cuenta el país y a las políticas formuladas en pro del desarrollo del sector turismo (Arboleda Jaramillo et al., 2020; Brida et al., 2020; Gutiérrez Quiroga et al., 2021).

Instituciones y organizaciones nacionales relacionadas con el turismo

El Plan Sectorial de Turismo de Colombia se configura como “un instrumento de apoyo para el cierre de brechas de desarrollo turístico regional y que proponga estrategias que favorezcan la equidad en los territorios” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], p. 5). Con la finalidad de cumplir con este mecanismo, se han creado diferentes entidades, siendo una de las de mayor importancia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual, a su vez, tiene otras entidades adscritas y vinculadas, tales como el Instituto Nacional de Metrología (INM), Artesanías de Colombia S.A., Bancoldex S.A., Consejo Técnico de la Contaduría Pública, Fiducoldex, Fondo Nacional de Garantías S.A., Junta

Central de Contadores, Proexport Colombia, Superintendencia de Sociedades. Asimismo, existen organizaciones vinculadas al sector turismo y que se encuentran catalogadas como patrimonios autónomos tales como Fontur, Colombia Productiva, Innpulsa Colombia y Procolombia, y también existen organizaciones profesionales y comisiones como la Comisión Profesional Colombiana de Diseño Industrial, el Consejo Nacional de Profesiones Internacionales y Afines CONPIA, y el Consejo Profesional de Administración de Empresas.

Todas estas instituciones se encuentran directamente relacionadas con el desarrollo de las actividades turísticas en Colombia, ya sea como impulsores de la economía, observadores, evaluadores, o integrantes de los grupos de control, inspección y vigilancia. Estas instituciones, aunque operan a nivel nacional y obtienen información sectorizada, lo ideal es que cada ente territorial posea sus propios organismos o, en el caso de Colombia, las llamadas Secretarías de Turismo; sin embargo, en cuanto al departamento de Córdoba no existe tal dependencia o entidad, lo cual puede conllevar a que el trabajo y las estadísticas registradas respecto al sector turismo se encuentren desactualizadas o exista poca información, a pesar de que la entidad sí tiene unos ejes y políticas establecidas para el desarrollo de dicho sector.

Los destinos seleccionados en el departamento de Córdoba

El departamento de Córdoba es uno de los ocho departamentos que integra la región del Caribe, ubicada al norte de Colombia (ver Figura 8), y cuenta con una división política y administrativa compuesta por 30 municipios, 345 corregimientos, 150 caseríos, una inspección de policía y 111 centros poblados.



Figura 8. Mapa Ubicación Geográfica del departamento de Córdoba.

Fuente: TodaColombia.com (2019).

El departamento de Córdoba goza de una ubicación muy privilegiada, lo cual lo hace muy atractivo para el desarrollo del turismo y, por ello, presenta diferentes atracciones como las playas de San Antero, Playas de San Bernardo del Viento, el muelle de San Bernardo del Viento, el volcán de lodo de San Antero, el Museo de arte contemporáneo (ubicado en la ciudad de Montería), el Río Sinú, el parque natural Nudo del Paramillo, la Ciénega de Ayapel, el Yacimiento de ferroníquel en Montelíbano, las Catedrales de San Jerónimo en Montería, Iglesia Santa Cruz de Lorica, Iglesia San José (Ciénega de Oro), el Estadio de béisbol y fútbol (Montería), el Muelle turístico y Ronda del Sinú (Montería) y una gran cantidad de sitios que desarrollan actividades de turismo ecológico y rural. Además de esto, existen diferentes sitios donde existe gran concentración de fauna y flora de todas las especies, y que ha llamado la atención de turistas que buscan integrar actividades de contacto con la naturaleza, tales como el avistamiento de aves, senderismo, ecoturismo, entre otras.

Por otro lado, existen variadas festividades que fortalecen el turismo cultural, tales como el Festival Nacional del Burro, Feria Nacional Artesanal, Festival Nacional del Porro, Festival Cultural del Sinú, Feria de San Isidro Labrador, Fiesta de la Virgen de La Candelaria, Encuentro de Mujeres Poetas de la Costa Atlántica,

Corralejas, Festival y Reinado del Río Sinú, Día del Artesano en la Fiesta de San José, Festival del bollo dulce, Festival y Reinado del Plátano, Encuentro Cultural de Indígenas Zenú, Festival de la Canción y Acordeonistas de la Región, Festival de la Cultura Momilera, Festival de Bandas Folclóricas en Planeta Rica, Reinado de La Ganadería y Feria Nacional Gallística, Festival del Bullerengue, Festival y Reinado del Mar, Festival Regional del Mapalé y Festival de Música Folclórica, entre otras.

Todas estas actividades impulsan otros tipos de turismo como el gastronómico y representan un impulso para la economía de diferentes actores como el transporte, el comercio, las artesanías, los guías turísticos, los hoteles, entre otros. Sin embargo, para que todo este potencial se desarrolle es necesario entender el papel que juegan estos actores dentro de la cadena de valor, influenciada también por las inversiones en obra e infraestructura que realicen los gobiernos (Herrera Espinosa y Sierra Gutiérrez, 2023).

La cadena de turismo en el departamento de Córdoba

La metodología participativa desarrollada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) evalúa 3 aspectos fundamentales: el primero se enfoca en el estudio de los diferentes actores involucrados y sus relaciones, intentando con ello diseñar estrategias públicas específicas y que proporcionen elementos con miras a una acción pública más decidida; el segundo aspecto se centra en analizar las instituciones y organizaciones públicas que regulan y apoyan la cadena, a través de lo cual “permite la coordinación de los diversos instrumentos dirigidos a su fortalecimiento en diversas áreas, como la formación de recursos humanos, la promoción de la innovación, la comercialización, el acceso a nuevos mercados y la protección del medio ambiente” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2017, p. 14). Es decir, que a través de esta metodología no solo se analiza el papel que juegan las instituciones, sino que se propende por un fortalecimiento integral de la cadena de valor partiendo de las herramientas e instrumentos que tiene el Estado.

En tercer lugar, un pilar central de esta metodología es la participación activa de todos los sectores y actores de la cadena en todas las etapas del proceso, es decir, no solo se involucra a las organizaciones estatales, sino que también se le hace partícipe a otro tipo de organismos e instituciones tales como las asociaciones empresariales, las instituciones educativas (principalmente las de niveles técnicos, tecnológicos y profesionales), los proveedores de servicios especializados, los grupos académicos y de investigación, centros de innovación, entre otros. Esta participación se brinda mediante la organización de mesas de diálogo, grupos de discusión, encuentros

sectoriales, donde se pretende el involucramiento de cada actor en el proceso o etapa desarrollado, lo que finalmente permite que puedan darse acuerdos entre actores públicos y privados y, asimismo, entre los sectores públicos y privados.

Desde esta perspectiva, la cadena turística se aborda desde 4 eslabones principales desde la llegada del turista al país: distribución, transporte, alojamiento y excursiones (ver figura 9). “Cada eslabón tiene sus encadenamientos con otros insumos y servicios y, al mismo tiempo, existen servicios transversales que apoyan la operación de la cadena en su conjunto” (CEPAL, 2017, p. 307). Estos eslabones a su vez contienen o se relacionan con otros sectores y servicios.

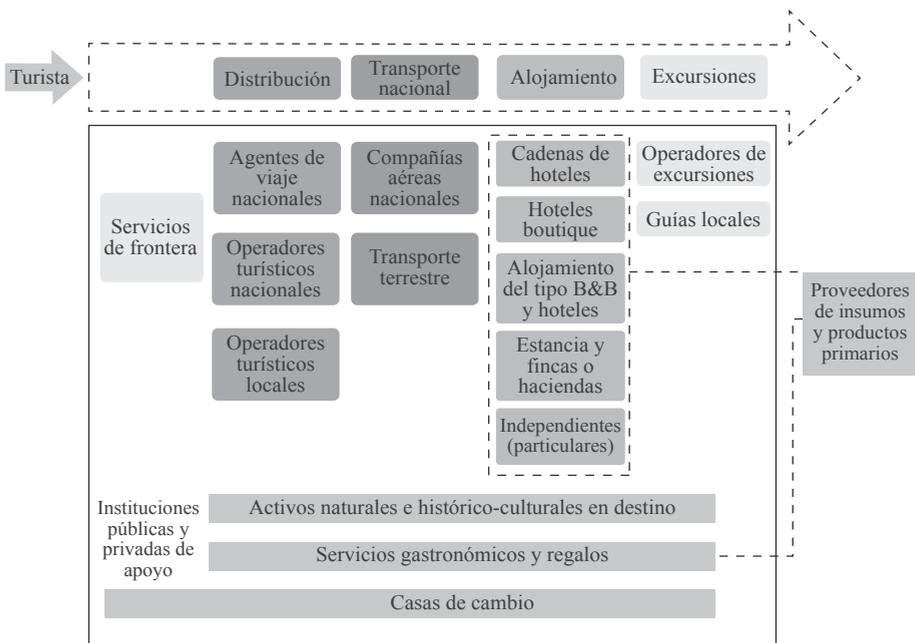


Figura 9. Eslabones dentro de la cadena turística.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2017), p. 308.

a. Turistas

La gran mayoría de turistas que llegan al departamento de Córdoba son nacionales, los cuales provienen de departamentos cercanos y del interior del país, los cuales desarrollan principalmente actividades asociadas al turismo de naturaleza. Sin embargo, en las épocas de festividades el flujo de extranjeros aumenta debido a la participación de los mismos en actividades de representación cultural, artística y empresariales.

b. Distribución

En cuanto a los servicios turísticos, existen diferentes empresas especializadas que ofrecen planes de viaje y tours hacia diferentes zonas del departamento; estas empresas operan principalmente desde la capital del departamento y son estas quienes en muchos de los casos crean enlaces con pequeños operadores o guías en las zonas donde se desarrollan propiamente las actividades.

Sin embargo, muchos de los turistas que visitan el departamento lo hacen por cuenta propia y no contratan los servicios de estos operadores, dado los valores que en algunos casos podrían llegar a manejar, siendo para ellos más rentables contratar a personal no especializado, pero de la misma zona.

c. Transporte

El transporte principal en el departamento es terrestre, donde se cuenta con una gran cantidad de empresas, rutas y horarios disponibles. Asimismo, existe una gran oferta de servicios privados especializados, los cuales trasladan a los turistas desde la terminal aérea o terrestre hasta sus destinos turísticos, los cuales son viajes relativamente cortos.

También coexisten personas que prestan servicios de transporte de manera informal, los cuales llegan a sobrepasar la oferta de los servicios formales, representando para el turista un riesgo en su seguridad.

d. Alojamiento

Existen diferentes ofertas de alojamiento, desde hoteles cinco estrellas hasta casas de hospedaje, los cuales poseen capacidad para albergar a gran cantidad de turistas y cuyos precios pueden oscilar entre \$20.000 y \$400.000 por persona y por noche.

Igualmente, en conjunto con la oferta de servicios de alojamiento se desarrolla el servicio gastronómico, el cual es muy variado en todo el departamento, incluyendo desde sabores y productos locales y artesanales hasta menús internacionales. Gracias a la diversidad y riqueza que presenta el territorio cordobés, los productos y platos locales tienen un valor mucho más asequible que en otras regiones del país, dado que también se potencializa como un departamento agroindustrial.

Por otro lado, también se da una gran oferta de productos de artesanías provenientes principalmente de territorios ancestrales, comunidades indígenas, talleres artesanales, personas de zonas vulnerables, entre otras.

e. Excursiones

Aunque es una de las actividades más recientes que se ha mostrado en el departamento, esta ha tenido gran acogida y cada día aumenta el número de personas que participan de las mismas, lo que ha llevado a que muchas empresas y guías hayan optado por especializarse en este tipo de servicios.

Análisis económico del mercado y de la gobernanza de la cadena

De acuerdo con la CEPAL (2017):

El turismo en general es una fuente significativa de ingresos para impulsar el desarrollo local, tanto económico como social. La diversificación del mercado y su expansión, mediante la creación de nuevos productos, el fortalecimiento de los atractivos turísticos existentes y el mejoramiento de los servicios asociados, pueden generar oportunidades para potenciar el desarrollo a mayor escala y de manera más inclusiva. (p. 316)

El turismo es una gran herramienta para impulsar el desarrollo de las comunidades del departamento; sin embargo, esto dependerá en gran medida de la voluntad de los gobiernos para fomentar el desarrollo de este sector, mediante el aprovechamiento de los diferentes recursos y actores de la cadena de valor (Hendrickson y Skerrette, 2019; Serrano Amado et al., 2021).

La gobernanza se da cuando existe una integración entre los diversos actores que integran la cadena, teniendo en cuenta que, a partir de esto, se formularán políticas y acuerdos para el desarrollo de las actividades, de tal manera que se realicen las inversiones necesarias para que aumente el flujo de turistas, pero también para que se dé un uso razonable, adecuado y sostenible a los recursos (Serrano Amado y Cazares, 2019; Corzo Arévalo, 2021).

Análisis de restricciones

Las restricciones contemplan todos aquellos factores que pueden afectar el normal desarrollo de la cadena de valor del turismo, las cuales pueden condensarse en dos grandes grupos: sistémicas y por eslabón. Las primeras afectan a todos los eslabones y limitan la interacción entre los actores de la cadena, las más importantes son la conectividad e infraestructura interna, del mercado e institucionales.

Restricciones sistémicas

Conectividad e infraestructura interna

En cuanto a las restricciones de conectividad se identificaron las siguientes: Altos costos de los viajes nacionales e internacionales por vía aérea, poca oferta y conexiones de transporte terrestre con algunos municipios, informalidad del sector de transporte local, inseguridad vial, mal estado de las vías que dificulta el desplazamiento hacia zonas rurales y sitios de interés; limitaciones, poco o nulo acceso a servicios domiciliarios y de calidad.

En este sentido, los altos costos y la falta de opciones de transporte llegan a limitar el acceso a los diferentes destinos turísticos, lo cual afecta el flujo y llegada de turistas, generando una experiencia negativa para el visitante. Para ello, se propone el fortalecimiento de las alianzas público-privadas para mejorar las infraestructuras de transporte y también para ofrecer incentivos a aquellas agencias y aerolíneas que impulsen la llegada de nuevos turistas al departamento.

a. *Del mercado*

En cuanto a las restricciones del mercado se asociaron las siguientes: desconocimiento o poca preparación en el desarrollo de proyectos de emprendimiento o unidades productivas, pocas habilidades en procesos de desarrollo organizacional, manejo de las operaciones de manera tradicional y no especializada, falta de competencias en el proceso de oferta de productos y servicios, inversión insuficiente, concentración de actividades en determinados municipios, no existe una articulación entre oferentes y demandantes locales, percepción negativa por parte de los turistas frente a temas de seguridad, actos de violencia, terrorismo y narcotráfico.

En este aspecto, se podría indicar que la falta de formación y capacidades en los emprendedores turísticos puede llegar a limitar la calidad de los servicios y productos ofrecidos, lo cual se termina traduciendo en una baja competitividad y en

una percepción negativa por parte de los turistas. Para ello, se sugiere implementar programas de capacitación y asesoría para el desarrollo de emprendimientos turísticos, así como fomentar la colaboración entre productores y empresarios locales para mejorar la oferta.

b. Institucionales

Las restricciones institucionales obedecen a: falta de asociación y creación de redes de apoyo; difícil acceso a financiamiento y crédito para realizar inversiones; poca articulación entre los empresarios, productores, sociedad y gobierno; no existen estadísticas claras sobre los procesos y el sector turismo; recursos alineados a políticas no competitivas para pequeños productores; falta de socialización de las políticas públicas para el sector.

Se podría decir, que las restricciones de este tipo muestran la falta de coordinación y de redes de apoyo, con lo cual se dificulta el acceso a financiamiento y la implementación de políticas efectivas, creando un vacío en el desarrollo del sector turístico y el apoyo institucional.

De este modo, se sugiere fomentar la creación de asociaciones entre empresarios y organizaciones comunitarias para facilitar el acceso a recursos y financiamiento, y promover una mayor socialización de las políticas públicas relacionadas con el turismo.

Restricciones por eslabón

Cada eslabón presenta desafíos y retos que debe afrontar, los cuales pueden influir en la calidad, cantidad y éxito de los mismos, y que pueden provenir tanto de factores internos como externos.

a. Distribución

Existe una escasa promoción de los productos y servicios que se ofertan, lo cual afecta el flujo de ingresos y operatividad de los actores de la cadena.

b. Transporte

Muchas empresas y operadores de transporte no cumplen con la documentación y exigencia de las autoridades para operar y, en algunos casos, no tienen una flota propia, por lo cual deben adquirir el servicio de otras empresas haciendo que el precio al usuario final sea mucho mayor.

c. Alojamiento

En muchas ocasiones la demanda supera a la oferta debido al escaso equipamiento e infraestructura o, en su defecto, malas condiciones de las mismas.

d. Excursiones

Al considerarse actividades nuevas dentro del segmento de mercado actual, no existe una claridad acerca de la normatividad y capacidad para ofertar estos servicios, por lo cual muchas empresas y operadores optan por no ofrecerlas.

Si se evalúan los dos tipos de restricciones teniendo en cuenta la metodología CEPAL, se puede observar que la cadena de valor del turismo puede verse mayormente afectada e, incluso, afectar a otros sectores e indicadores económicos del departamento.

Conclusiones

El departamento de Córdoba presenta una gran riqueza cultural, natural y biodiversa que lo hace atractivo para el desarrollo de un sinnúmero de actividades turísticas, lo cual se convertiría en un aspecto importante dentro del desarrollo y crecimiento de la economía local, regional y nacional y, con ello, también el fortalecimiento de todos los demás sectores.

En cuanto a su cadena de valor, existe una gran cantidad de actores que los gobiernos deben considerar al momento de formular y establecer las distintas políticas públicas, de tal manera que estas sean congruentes con las necesidades asociadas a los diferentes sectores económicos, dejando de lado su enfoque en solo las actividades que le han venido generando grandes entradas de recursos

y volviendo su mirada hacia sectores que hoy son el impulso para el desarrollo económico y social de los Estados.

Gran parte de las restricciones que se dan en la cadena turística del departamento de Córdoba responde a la falta de articulación de los actores que la integran, ya que se ha propendido por desarrollar un trabajo más individualizado sin saber que esto termina afectando a todos sin excepción.

Teniendo en cuenta tanto las restricciones sistémicas como por eslabón, se puede comprender que es importante el análisis de la competitividad, la integración de actores locales y la divulgación de políticas públicas que sean mucho más efectivas, la búsqueda y establecimiento de objetivos a largo plazo e, incluso, llegar a comparar los resultados y estrategias que han implementado otros departamentos y regiones.

A partir de las restricciones encontradas en los eslabones de la cadena de valor del sector turismo en Córdoba, se pueden elaborar diferentes estrategias para el fortalecimiento de la misma, de tal manera que se involucre a todos dentro de su desarrollo, usando para ello metodologías de participación como la que ofrece la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Referencias

- Álvarez Cáceres, S. C. y Gil Galvis, M. (2019). *Turismo como motor de crecimiento económico en Colombia: Análisis del potencial económico y competitivo del sector*. Universidad de Los Andes, Facultad de Economía. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/45168/u827082.pdf>
- Arboleda Jaramillo, C. A., Arias Arciniegas, C. M., Pérez Sánchez, E. O. y Correa Janne, P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641008>
- Brida, G., Rodríguez Brindis, M. A. y Mejía-Alzate, M. L. (2020). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín - Colombia. *Revista de Economía del Rosario*, 24(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.8926>

- Bonet-Morón, J. y Aguilera-Díaz, M. (2022). Demografía y economía del departamento de Córdoba, 1951-2019. *Cuadernos de Historia Económica*, 57, 1-49. <https://doi.org/10.32468/chee.57>
- Caldas Moreno, J. A. (2019). *Análisis de la competitividad de Colombia en el sector turístico en el periodo 2011-2018*. [Trabajo de pregrado]. Fundación Universidad de América. <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7673/1/533008-2019-III-NIIE.pdf>
- Comisión Económica para América Latina [CEPAL]. (2017). Fortalecimiento de cadenas de valor rurales. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/fabbc416-e488-4cbe-aeb8-0b050e8a5a8f/content>
- Corzo Arévalo, D. (2021). Análisis de políticas públicas. El caso del Plan Sectorial de Turismo de Colombia 2018-2022. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*, 23, 283-302. <http://hdl.handle.net/10201/112004>
- Corzo Arévalo, D. y García Méndez, S. (2020). La gestión de departamentos y destinos turísticos de Colombia según el Índice de Competitividad Turística Regional. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(2), 158-177. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.13010>
- Galeano, M. (2004). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. La Carreta Editores. https://biblioteca.colson.edu.mx/e-docs/RED/Estrategias_de_investigacion_social_cualitativa.pdf
- Gutiérrez Quiroga, L. G., Castro Casallas, E. L. y Largacha-Martínez, C. (2021). Ecoturismo sostenible: benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 29, 239-262. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.11>.
- Hendrickson, M. & Skerrette, N. (2019). Industrial upgrading and diversification to address competitiveness challenges in the Caribbean. The case of Tourism. *Studies and Perspectives*, 85, 1-83
- Herrera Espinosa, E. y Sierra Gutiérrez, Y. M. (2023). *Gestión de Proyectos Sostenibles en las Empresas del Sector Turístico de Alojamiento del Departamento del Quindío* [Tesis de Maestría]. Universidad EAN. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12894/SierraYalitz2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Kaplinsky, R. & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research*. Food and Agriculture Organization (FAO). https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/fisheries/docs/Value_Chain_Handbook.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023, mayo-junio). *Informe mensual de turismo*. Bogotá: MinCIT. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2023/mayo/oe-yv-turismo-mayo.pdf.aspx>
- Morera-Ubaque, N. (2020). *Potencialidades y obstáculos del sector turismo en Colombia*. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/513.pdf>
- Parra Perilla, L. V. (2020). Planificación y gestión de destinos turísticos en Colombia “Colombia territorio de paz”. *Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.15765/wpngs.v1i1.1571>
- Santamaría-Freire, E. J. y López-Pérez, S. A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 416-428. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29059356007>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños. Evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13(13), 71-78. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&tlng=es
- Santiago Escobar, D. M. (2019). *Turismo sostenible y desarrollo: análisis del desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local*. Universitat de Girona. <http://hdl.handle.net/10803/667297>
- Serrano Amado, A. M. y Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Revista espacios*, 40(13), 1-12. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>
- Serrano Amado, A. M., Montoya Restrepo, L. A. y Amado Cely, N. P. (2021). La competitividad turística. Una aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia. *Tendencias*, 22(1), 226-253. <https://doi.org/10.22267/rtend.212201.162>

